

ความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร

Expectation of Customers to Service Quality of Hostel Business in Bangkok Metropolitan

ชมสุภัค ครุฑทะ^{1*} ธิติรัตน์ มีเพิ่มพูนศรี² สุวรรณิ์ เดชวรชัย³ ณัฐวุฒิ อันตระกูล⁴ ปิยะนุช เงินชูศรี⁵

¹คณะพัฒนาศาสตร์มนุษย มหวิทยาลัยรามคำแหง

^{2,3,4,5}คณะบริหารธุรกิจ มหวิทยาลัยรามคำแหง

Chomsupak Cruthaka^{1*} Thitirat Meepermpoolsri² Suwannee Detworachai³

Nattawut Hantrakul⁴ Piyanuh Ngerchusri⁵

¹Faculty of Human Resource Development, Ramkhamhaeng University

^{2,3,4,5}Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

*Corresponding Author E-mail: cchomsupak@yahoo.com

(Received: 28 October, 2020; Accepted: 29 April, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) เปรียบเทียบความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และเขตพื้นที่ให้บริการ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้รับบริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เครื่องมือคือแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .94 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) ผู้รับบริการที่มี เพศ อายุ อาชีพ และเขตพื้นที่ให้บริการที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในภาพรวมไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ความคาดหวังของผู้รับบริการ คุณภาพการให้บริการ ธุรกิจโฮสเทล

Abstract

The objectives of this research were 1) to study expectation of customers to service quality of hostel business in Bangkok metropolitan and 2) to compare expectation of customers to service quality of hostel business in Bangkok metropolitan as classified by gender, age, occupation and area of service. The sample were 400 customers of hostel business in Bangkok metropolitan. The research instrument was questionnaire designed to elicit data concerning expectation of

customers to service quality of hostel business in Bangkok. Testing for quality, the researchers found that the instruments evinced reliability at the levels of .94. Using techniques of descriptive statistics, the researchers analyzed the data collected in terms of frequency, percentage, mean and standard deviation. In addition, the t-test and one-way analysis of variance (ANOVA) techniques were also employed by the researchers. The researchers found that 1) the customers under study expectation of customers to service quality of hostel business in Bangkok in overall was at the highest level and 2) the customers under study who differed in gender, age, occupation and area of service were not different in expectation to service quality of hostel business.

Keywords: Expectation of Customers, Service Quality, Hostel Business

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยได้รับผลกระทบต่อภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ภายหลังจากการเกิดโรคระบาดจากเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม ซึ่งทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในไตรมาส 1 ปี พ.ศ. 2563 หดตัวถึงร้อยละ 38.0 ต่อปี ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติหดตัวที่ร้อยละ 40.4 ต่อปี ส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการและบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรมขนาดใหญ่และสถานที่พักแรมขนาดเล็ก ร้านอาหาร บริษัทให้บริการนำเที่ยว มัคคุเทศก์ สถานบันเทิง ร้านขายของที่ระลึก ทำให้ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2563 ผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ในหมวดภาคการและโรงแรมหดตัวถึงร้อยละ 24.1 ต่อปี และส่งผลต่อการปิดตัวลงของธุรกิจโรงแรม รัฐบาลจึงได้มีแผนการฟื้นฟูเศรษฐกิจภายหลังโควิด-19 โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ประเมินสถานการณ์แล้วพบว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคมีการปรับตัวดีขึ้นจะมีความเป็นไปได้ที่จะมีการผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์เพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้นในไตรมาสที่ 3 และจะเริ่มเปิดภาคการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเดินทางกลับเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้บางส่วนในไตรมาสที่ 4 (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2563)

ธุรกิจการโรงแรมประเภทโฮสเทล เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ราคาประหยัด และลงทุนไม่สูงมาก การประกอบธุรกิจโฮสเทลอย่างสร้างสรรค์และมีความหลากหลายสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้นได้ และเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคตอย่างแท้จริง ด้วยการทำให้ที่พักแบบสร้างสรรค์ เป็นธุรกิจเดียวในประเทศไทยที่รวบรวมการกระจายรายได้ในทุกสาขาเข้าด้วยกัน ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนเปิดบริการ เช่น การออกแบบ การรับเหมาก่อสร้าง การตกแต่ง อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ไปจนถึงขั้นตอนระหว่างและหลังเปิดบริการ เช่น การจ้างงานจำนวนมาก และการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค ที่สำคัญยังเกิดการจ้างงานในท้องถิ่น นำไปสู่การกระจายรายได้สู่รากหญ้า ซึ่งทำให้เกิดวงจรธุรกิจที่แข่งขันกันด้วยคุณภาพอย่างแท้จริง (เอกราช ลักษณะสัมฤทธิ์, 2560)

คุณภาพในการให้บริการเป็นการจัดการบริการให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือตอบสนองความคาดหวังที่มีต่อการให้บริการ คุณภาพการให้บริการมีความสัมพันธ์โดยตรงกับความสำเร็จของ

ธุรกิจ บทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านรายได้ และคุณภาพการให้บริการที่ดีทำให้ลูกค้ามีความภักดีจนสามารถบอกต่อและกลับมาใช้บริการซ้ำ (ภาวิณี ทองแย้ม, 2560) ซึ่งในสถานการณ์โรคระบาดจากเชื้อไวรัสโควิด-19 ธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมต้องปรับตัวมาให้บริการเชิงคุณภาพโดยพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวปลอดภัยโดยเน้นด้านคุณภาพของนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2563)

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาความคาดหวังของผู้มารับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทล ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากธุรกิจโฮสเทลต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 เรื่องได้แก่ 1) จุดเชื่อมต่อ (Connection) ทำเลที่ตั้งใกล้การเดินทางคมนาคมหลักอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น ใกล้สถานีรถไฟฟ้า สถานีรถไฟใต้ดิน จะช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงได้โดยง่าย 2) ความสะดวกสบาย (Convenience) ที่พักอาจไม่ได้อยู่ใกล้จุดคมนาคมมากนัก แต่ถ้าใกล้แหล่งอาหาร ตลาด หรือชุมชน ก็สามารถทดแทนกันได้ เนื่องจากทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกในการกินดื่ม เที่ยว และถือว่าเป็นการแบ่งเบาภาระของโฮสเทลด้วย และ 3) ราคาถูก (Cheap) ราคาต้องคุ้มค่า ซึ่งไม่จำเป็นว่าต้องถูกที่สุดเสมอ บางครั้งลูกค้าอาจจ่ายเพื่อเข้าพักที่มีราคาแพงกว่าแต่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดเชื่อมต่อการเดินทางมากกว่า (วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีสิกรณ์, 2558) เมื่อสถานการณ์โรคระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 คลี่คลาย กระบวนการท่องเที่ยวและการกีฬามีแผนยุทธศาสตร์กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวปลอดภัย ภายใต้ความปกติใหม่ (New Normal) ด้วยนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 เรื่องได้แก่ ความปลอดภัย ความสะอาด และความเป็นธรรม (ศุภินา ชารัตนสุวรรณ, 2563) ซึ่งลักษณะดังกล่าวผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลให้ผู้ประกอบการรายย่อยในธุรกิจโฮสเทล นำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจและวางแผนในการพัฒนาคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้มารับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพของผู้รับบริการ และเขตพื้นที่ในการให้บริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาวิณี ทองแย้ม (2560) ได้กล่าวสรุปความคาดหวัง (Expectation) จาก Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988) ว่าหมายถึง ทศนคติของผู้รับบริการที่แสดงออกถึงความต้องการของผู้รับบริการที่จะได้รับการบริการ โดยความคาดหวังนี้มีหลายระดับขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความต้องการส่วนบุคคล การได้รับคำบอกเล่าและประสบการณ์ในอดีต

นอกจากนี้ ภาวิณี ทองแย้ม (2560) ได้ให้ความหมายคุณภาพการให้บริการว่าหมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของธุรกิจบริการที่จะสร้างความแตกต่างของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่ง เสนอคุณภาพการให้บริการที่ตรงกับความต้องการ บริการถูกใจ ผู้รับบริการได้รับสิ่งที่ต้องการ ณ สถานที่ ที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบตามที่คาดหวัง

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1994) ได้ศึกษาการประเมินความคาดหวังใหม่เกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles) 2) ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ (Reliability) 3) การตอบสนองต่อความต้องการ (Responsiveness) 4) ความเชื่อมั่นในบริการ (Assurance) และ 5) ความเอาใจใส่ในบริการ (Empathy) ซึ่งผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาโดยปรับใช้จากการศึกษาด้วยเทคนิคเดลฟายของ ฐิติรัตน์ มีเพิ่มพูนศรี (2562) สรุปแนวคิดขององค์ประกอบตัวแปรที่ศึกษาดังต่อไปนี้

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ หมายถึง สถานที่ตั้งของโฮสเทล เดินทางได้สะดวก มีความสะอาดและมีพื้นที่ส่วนกลางที่เหมาะสมและมีเอกลักษณ์เฉพาะ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตามที่ต้องการและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน

2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจ หมายถึง พนักงานให้บริการด้วยความรวดเร็วตามมาตรฐานเวลาที่กำหนดในแต่ละบริการ ให้ข้อมูลแก่ลูกค้าทั้งด้วยวาจาและลายลักษณ์อักษร รวมทั้งฐานข้อมูลเว็บไซต์เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายและการบริการต่าง ๆ ได้ถูกต้อง ชัดเจน และมีความทันสมัยเป็นปัจจุบัน รวมทั้งมีการรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการให้บริการ

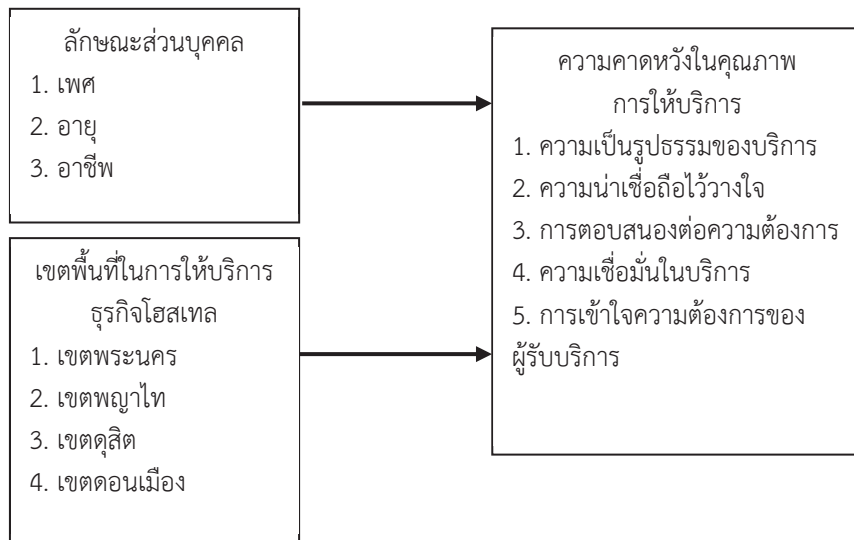
3. การตอบสนองต่อความต้องการ หมายถึง ความสามารถในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ ตรงตามความต้องการของลูกค้าด้วยความเต็มใจ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดีและรวดเร็ว

4. ความเชื่อมั่นในบริการ หมายถึง การจัดทำรายละเอียดของโฮสเทล ประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์หรือตัวแทนต้องตรงตามความเป็นจริง มีการรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีอุปกรณ์ขั้นพื้นฐานสำหรับรองรับเมื่อเกิดอุบัติเหตุ มีการติดป้ายบอกทางออกฉุกเฉินและอุปกรณ์ในกรณีเกิดเหตุ เช่น ถังดับเพลิง เป็นต้น รวมทั้งการแสดงพฤติกรรมทางความรู้ ความสามารถ และความซื่อสัตย์ของพนักงานในการให้บริการในด้านต่าง ๆ ให้กับลูกค้า

5. การเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ หมายถึง โฮสเทลให้พนักงานศึกษาและจัดทำรายละเอียดข้อมูลของลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี ทำความเข้าใจและสามารถให้บริการได้ตรงกับความต้องการด้วยความสุภาพและยิ้มแย้มแจ่มใส

ธุรกิจโฮสเทล เป็นธุรกิจที่พิกทางเลือกขนาดเล็ก ราคาประหยัด มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เตียงนอน และที่เก็บของ โฮสเทลส่วนมากจะมีลักษณะคล้ายหอพัก มีเตียงสองชั้นหลาย ๆ เตียงในห้องเดียวกันสามารถรองรับผู้เข้าพักได้ตั้งแต่ 4, 6, 8 ไปจนถึง 12 คน ต่อห้อง (เอกราช ลักษณะสัมฤทธิ์, 2560)

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานครเป็นจุดเชื่อมต่อทางการคมนาคมที่สะดวกในการเดินทางต่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ และด้วยเหตุผลที่ธุรกิจโฮสเทลเป็นธุรกิจพิกขนาดเล็ก ราคาประหยัด การศึกษาถึงคุณภาพการให้บริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่มีลักษณะส่วนบุคคลที่แตกต่างกันในด้าน เพศ อายุ อาชีพ รวมทั้งเขตพื้นที่ในการให้บริการของธุรกิจโฮสเทล 4 เขต ได้แก่ เขตดอนเมือง เขตพระนคร เขตดุสิต และเขตปทุมธานี สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือผู้มารับบริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งขนาดประชากรไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนที่ระดับ .05 ได้กลุ่มตัวอย่างผู้มารับบริการจำนวนทั้งสิ้น 400 คน และทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ อย่างไม่เป็นสัดส่วนจากที่ตั้งของธุรกิจโฮสเทล 4 เขต ได้แก่ 1) เขตพระนคร 2) เขตพญาไท 3) เขตดุสิต และ 4) เขตดอนเมือง จำนวนเขตละ 100 คน

เครื่องมือคือแบบสอบถามความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ และคำถามปลายเปิด จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และเขตพื้นที่ในการให้บริการธุรกิจโฮสเทล และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพในการให้บริการ 5 ด้าน จำนวน 26 ข้อ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และผ่านการหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง .67-1.00 และค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .94 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำหนังสือขออนุญาตผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลและแจกแบบสอบถามด้วยตนเองกับผู้มารับบริการ จำนวน 400 ฉบับ ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนมีนาคม 2563 ซึ่งมีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลคือกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเฉพาะผู้ที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวในช่วงที่โรคโควิด-19 ระบาดเท่านั้น ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จำนวน 400 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้มารับบริการที่ธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.10 มีอายุระหว่าง 31-35 ปี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 และมีอาชีพรับราชการ จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00

2. ความคาดหวังของผู้มารับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคาดหวังของผู้มารับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร

ความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	4.89	.19	มากที่สุด
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	4.90	.24	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองความต้องการ	4.92	.22	มากที่สุด
4. ด้านความเชื่อมั่นในบริการ	4.77	.29	มากที่สุด
5. ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ	4.54	.47	มากที่สุด
ภาพรวม	4.82	.19	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย ได้ดังนี้ ด้านการตอบสนองความต้องการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ ด้านความเชื่อมั่นในบริการ และด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ

3. ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้มารับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ และเขตพื้นที่การให้บริการ แสดงในตาราง 2-5 ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้มารับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเพศ

ความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการ	n	เพศชาย		เพศหญิง		t	p
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ	400	4.88	1.90	4.91	.21	1.62	.11
2. ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ	400	4.89	.26	4.94	.19	2.26*	.03
3. ด้านการตอบสนองความต้องการ	400	4.91	.23	4.95	.19	1.52	.16
4. ด้านความเชื่อมั่นในบริการ	400	4.77	.30	4.78	.27	.38	.71
5. ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ	400	4.52	.47	4.59	.48	1.27	.20
ภาพรวม	400	4.81	.19	4.85	.19	1.84	.07

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้มารับบริการที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานครในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีเฉพาะด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจเท่านั้นที่พบว่า ผู้มารับบริการที่เป็นเพศหญิงมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจมากกว่าผู้มารับบริการที่เป็นเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้มารับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	p
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	.004	2	.002	.058	.944
ภายในกลุ่ม	15.501	397	.039		
รวม	15.506	399			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ					
ระหว่างกลุ่ม	.107	2	.053	.914	.402
ภายในกลุ่ม	23.223	397	.058		
รวม	23.330	399			
ด้านการตอบสนองความต้องการ					
ระหว่างกลุ่ม	.030	2	.015	.323	.724
ภายในกลุ่ม	18.434	397	.046		
รวม	18.464	399			
ด้านความเชื่อมั่นในบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	.441	2	.220	2.609	.075
ภายในกลุ่ม	33.523	397	.084		
รวม	33.964	399			
ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	.905	2	.452	2.018	.134
ภายในกลุ่ม	88.955	397	.224		
รวม	89.859	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	.076	2	.038	1.047	.352
ภายในกลุ่ม	14.491	397	.037		
รวม	14.567	399			

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้มารับบริการที่มีอายุต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมและในรายด้านด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้มารับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	p
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	.330	3	.110	2.868*	.036
ภายในกลุ่ม	15.176	396	.038		
รวม	15.506	399			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ					
ระหว่างกลุ่ม	.097	3	.032	.550	.648
ภายในกลุ่ม	23.234	396	.059		
รวม	23.330	399			
ด้านการตอบสนองความต้องการ					
ระหว่างกลุ่ม	.047	3	.016	.336	.800
ภายในกลุ่ม	18.417	396	.047		
รวม	18.464	399			
ด้านความเชื่อมั่นในบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	.217	3	.072	.850	.467
ภายในกลุ่ม	33.747	396	.085		
รวม	33.964	399			
ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	.766	3	.255	1.135	.335
ภายในกลุ่ม	89.093	396	.225		
รวม	89.859	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	.023	3	.008	.207	.892
ภายในกลุ่ม	14.544	396	.037		
รวม	14.567	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้มารับบริการที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้มารับบริการที่มีอาชีพต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้มารับบริการที่มีต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามเขตพื้นที่ในการให้บริการ

แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	p
ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	.846	3	.315	8.576*	.000
ภายในกลุ่ม	14.560	396	.037		
รวม	15.506	399			
ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ					
ระหว่างกลุ่ม	.144	3	.048	.818	.484
ภายในกลุ่ม	23.187	396	.059		
รวม	23.330	399			
ด้านการตอบสนองความต้องการ					
ระหว่างกลุ่ม	.072	3	.024	.518	.670
ภายในกลุ่ม	18.391	396	.046		
รวม	18.464	399			
ด้านความเชื่อมั่นในบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	.101	3	.034	.393	.758
ภายในกลุ่ม	33.863	396	.086		
รวม	33.964	399			
ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ					
ระหว่างกลุ่ม	.002	3	.001	.003	1.000
ภายในกลุ่ม	89.857	396	.227		
รวม	89.859	399			
ภาพรวม					
ระหว่างกลุ่ม	.150	3	.050	1.370	.251
ภายในกลุ่ม	14.417	396	.036		
รวม	14.567	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้มารับบริการในเขตพื้นที่การให้บริการของธุรกิจโฮสเทลต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ผู้มารับบริการในเขตพื้นที่การให้บริการต่างกัน มีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปการวิจัย

1. ผู้มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1.1 ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ พบว่า ผู้มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในภาพรวมและทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่ตั้งของโฮสเทลสามารถเดินทางได้ง่ายและสะดวก เช่น การเดินทางโดยรถไฟฟ้า สามารถมาถึงที่พักได้โดยไม่ต้องต่อรถแท็กซี่หรือรถโดยสาร ทั้งนี้เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่มาพักแรมที่โฮสเทลในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ค้างแรมเพียง 1-2 วัน เพื่อเปลี่ยนเส้นทางไปต่างจังหวัด ดังนั้นสถานที่ตั้งของธุรกิจโฮสเทลจึงต้องมีการคมนาคมสะดวกทั้งสถานีรถไฟและสนามบิน สอดคล้องกับแนวคิดของ ภาวิณี ทองแย้ม (2560) ที่กล่าวว่าคุณภาพก็คือผลิตภัณฑ์บริการที่ดีที่สุดโดยมีคุณค่าและมีความเหมาะสมตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยมีความสะดวกของทำเลที่ตั้งในการเข้ารับบริการ และสอดคล้องกับ Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) ได้กล่าวถึงความเป็นรูปธรรมของบริการ คือสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ เช่น สถานที่การให้บริการ และเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการให้บริการ

1.2 ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ พบว่า ผู้มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในภาพรวมและทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของธุรกิจโฮสเทลต้องอยู่ในสภาพพร้อมใช้งานตลอดเวลา เช่น อุปกรณ์ต่าง ๆ ต้องพร้อมใช้งานและเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้เนื่องมาจากการให้บริการธุรกิจโฮสเทล นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มแบคแพ็ก ไม่ใช้กลุ่มทัวร์ ดังนั้นอุปกรณ์ต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นของส่วนรวม มีการจัดห้องพักผ่อนและสนทนาการใช้ร่วมกัน อุปกรณ์สิ่งของเครื่องใช้ และเครื่องมืออุปกรณ์ต้องมีการบำรุงรักษา ตรวจสอบให้มีคุณภาพ และมีความพร้อมใช้งานตลอดเวลาโดยเฉพาะในสถานการณ์โควิด-19 อุปกรณ์การป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อโรค เช่น หน้ากากอนามัย และเจลแอลกอฮอล์ ต้องเพียงพอกับผู้มารับบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml, Berry & Parasuraman (1993) ได้สรุปถึงลูกค้าประเมินมาตรฐานการให้บริการที่ได้รับ คือสิ่งที่ลูกค้าต้องการและสิ่งที่ลูกค้ายอมรับ และสอดคล้องกับ กาญจนา ทวินันท์ และแววมยุรา คำสุข (2558) ได้สรุปถึง ความเชื่อถือไว้วางใจว่าหมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการที่ให้บริการทุกครั้ง และยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจอยู่ในระดับมาก

1.3 ด้านการตอบสนองความต้องการ พบว่า ผู้มารับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในภาพรวมและทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีพนักงานเพียงพอในการตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการ ทั้งนี้เนื่องมาจากธุรกิจโฮสเทลเป็นธุรกิจพักผ่อนขนาดเล็ก ผู้มารับบริการจึงคาดหวังว่าจะจัดพนักงานให้มากพอในการต้อนรับและให้บริการ อย่างน้อยต้องสามารถตอบคำถาม

และชี้แนะเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Berry & Zeithaml (1991) ได้สรุปความคาดหวังของลูกค้าในกระบวนการให้บริการในด้านการตอบสนองความต้องการ ว่าเป็นการให้บริการด้วยความเต็มใจและช่วยเหลือลูกค้าด้วยความรวดเร็ว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิศ สระทองอยู่ (2562) พบว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติหน้าที่การรถไฟแห่งประเทศไทยด้านการตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วยู่ในระดับมาก

1.4 ด้านความเชื่อมั่นในบริการ พบว่า ผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในภาพรวมและทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีรายละเอียดของโฮสเทลที่ลงไว้ในเว็บไซต์หรือผู้แทนตรงตามความเป็นจริง และมีการรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งนี้เนื่องจาก ธุรกิจโฮสเทลจัดเตียงนอนแบบนอนรวม ห้องน้ำรวม ที่ผู้มารับบริการไม่รู้จักกันอาจมาอยู่ร่วมกัน จึงมีความคาดหวังมากเกี่ยวกับความสะอาดและความปลอดภัยจากการแพร่กระจายเชื้อโรคตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด รวมทั้งความปลอดภัยในทรัพย์สินโดยจัดให้มีล็อกเกอร์เก็บทรัพย์สินส่วนตัวและมีผู้ดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนี้การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านเว็บไซต์ต้องถูกต้องเพียงพอ สอดคล้องกับแนวคิดของ Zeithaml, Parasuraman & Malhotra (2002) เกี่ยวกับการนำเสนอสารสนเทศด้านผลิตภัณฑ์และบริการผ่านเว็บไซต์ เพื่อให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงประสิทธิภาพในการให้บริการทั้งคุณภาพและนวัตกรรมและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ระชนานท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทรทิก (2560) ได้ศึกษาการให้บริการแบบมีอาชีพของโรงแรมประเภทบูติคในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และเขตหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญกับการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับเงื่อนไขในการให้บริการที่ชัดเจน ช่วยให้ผู้รับบริการมีความเชื่อมั่นในคุณภาพการให้บริการมากขึ้น

1.5 ด้านการเข้าใจความต้องการของผู้รับบริการ พบว่า ผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในภาพรวมและทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานต้องมีความสุภาพและยิ้มแย้มแจ่มใส ทั้งนี้เนื่องมาจากการให้บริการที่ดีได้นั้นพนักงานต้องมีสัมพันธภาพที่ดี มีความสุภาพและยิ้มแย้มแจ่มใส สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจ และตอบสนองความต้องการผู้รับบริการได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับแนวคิดของ Parasuraman, Berry & Zeithaml (1991) ที่สรุปว่าความเข้าใจลูกค้าคือการเอื้ออาทร และสามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิญา ภัทรพรพิสิฐ (2553) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อบริการ คือการบริการที่ดีของผู้ให้บริการ

2. ผู้รับบริการที่มีเพศ อายุ และอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการธุรกิจโฮสเทลในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องมาจากความคาดหวังเป็นการแสดงออกถึงความต้องการของผู้รับบริการที่จะได้รับการบริการทุกคนไม่ว่าจะเป็นเพศชายหรือหญิงและอายุแตกต่างกันอย่างไร มีอาชีพอะไรต่างก็คาดหวังในการที่ดี มีความสะดวกสบาย และมีความประทับใจหลังจากได้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพิชญา เพิ่มพูน (2556) พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ แตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการของท่าเทียบเรือประมงสงขลา 2 (ท่าสะพาน) โดยรวมไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยณัฐ จันทรเกิด (2560) ที่พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อคุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครสวรรค์ไม่แตกต่างกัน

ผู้มารับบริการที่มีเพศต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพในการให้บริการธุรกิจโฮสเทล ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะเพศชายกับเพศหญิงมีความแตกต่างในทางสรีระ จิตใจและอารมณ์ เพศหญิงมีความคาดหวังและต้องการความน่าเชื่อถือไว้วางใจเมื่อมาใช้บริการที่โฮสเทลมากกว่าเพศชาย ทั้งข้อมูลที่พัก ราคา ทำเลที่ตั้งสะดวกปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมลรัตน์ หงส์ทอง (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล ที่มีเพศแตกต่างกันมีการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

ผู้มารับบริการที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพในการให้บริการธุรกิจโฮสเทล ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เนื่องจากความหลากหลายของอาชีพนำมาสู่รายได้ โดยเฉพาะอาชีพรับราชการ และเจ้าของกิจการย่อมคาดหวังทำเลที่ตั้งที่สะดวกสบายเดินทางไปในที่ต่าง ๆ ได้หลายเส้นทางมากกว่าอาชีพรับจ้างหรือนักศึกษา โดยที่ผู้มารับบริการที่มีอาชีพพนักงานศึกษามีความคาดหวังต่อคุณภาพในการบริการมากกว่าอาชีพรับจ้างทั้งนี้มาจากนักศึกษาในปัจจุบันมีความหลากหลายในการเรียนรู้และการใช้ชีวิต เมื่อมารับบริการที่โฮสเทลจึงมีความคาดหวังต่อบริการโดยเฉพาะพื้นที่ส่วนกลางต้องตอบสนองต่อความสะดวกสบายทั้งอุปกรณ์ และสัญญาณอินเทอร์เน็ต รวมทั้งความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวในจุดเชื่อมต่อในการเดินทางในกรุงเทพมหานคร มากกว่าผู้ที่มีอาชีพรับจ้าง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิธิศ สระทองอยู่ (2562) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้โดยสาร ได้แก่ เพศ อาชีพ และอายุ มีผลต่อคุณภาพในการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิมลรัตน์ หงส์ทอง (2555) พบว่า ผู้ใช้บริการที่ธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล ที่มีอาชีพต่างกันมีความคาดหวังคุณภาพการให้บริการที่แตกต่างกัน

3. ผู้รับบริการในเขตพื้นที่บริการของธุรกิจโฮสเทลต่างกันมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้รับบริการมีความคาดหวังต่อคุณภาพในการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของบริการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ผู้รับบริการที่เขตดุสิตมีความคาดหวังต่อคุณภาพการให้บริการมากที่สุด รองลงมาคือ เขตพญาไท ทั้งนี้เนื่องจากที่ตั้งโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานครมีการแข่งขันการให้บริการ และตกแต่งสถานที่ให้ดึงดูดลูกค้าได้เหมือนกันแต่ต่างกันตรงที่ทำเลที่ตั้ง ซึ่งเขตดุสิตและเขตพญาไท มีจุดเชื่อมต่อการเดินทางโดยรถไฟฟ้าที่สะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนเขตพระนครจุดสนใจคือใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อของกรุงเทพมหานคร และอยู่ในย่านชุมชนที่มีสาธารณูปโภคทั้งอุปโภคและบริโภคครบครัน สำหรับเขตดอนเมืองมีทั้งสนามบินและรถไฟฟ้าที่ช่วยในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างจังหวัด ด้วยเหตุผลดังกล่าวส่งผลให้ผู้รับบริการมีความต้องการในด้านความเป็นรูปธรรมที่ต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิมาภรณ์ สิทธิชัย สิริยาธร ขุนอ่อน และนิธย์ หทัยวิวงศ์สุขศรี (2560) พบว่า ธุรกิจโรงแรมในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบภูมิทัศน์บริการ ประกอบด้วยมีการตกแต่งที่สื่อถึงสัญลักษณ์ของโรงแรมได้ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่สร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้เข้าพักโรงแรม มีอุปกรณ์ เทคโนโลยี และเครื่องมือที่ทันสมัย ตกแต่งห้องพักแขกและตกแต่งภายในอย่างสวยงาม น่าสนใจ บริเวณโรงแรมเหมาะสมกับสถานที่และสวยงาม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ มีดังนี้

1. ความคาดหวังในคุณภาพการให้บริการคือสิ่งที่ลูกค้าต้องการ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทล ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับทำเลที่ตั้งของธุรกิจโฮสเทล ความสะอาดภายในสถานที่พัก และตกแต่งโฮสเทลให้สวยงาม มีการบริหารสารสนเทศที่ดี ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยและแอปพลิเคชันใหม่ ๆ มาช่วยในการทำการตลาด จัดการธุรกรรม รวมถึงการพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ทั้งด้านการท่องเที่ยวและการต้อนรับได้อย่างสุภาพ อธิยาศัยดี มีประสิทธิภาพ และตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. ผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลควรให้ความสำคัญกับสถานที่บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งแวดล้อมรอบ ๆ โฮสเทล และสร้างสรรค์งานในการให้บริการที่ลูกค้าเกิดความประทับใจในความรวดเร็ว ความปลอดภัย ความเหมาะสม และความเพียงพอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการในธุรกิจโฮสเทล ในระหว่างหรือภายหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 มีผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานของธุรกิจโฮสเทลเป็นอย่างมาก

2. ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการกับคุณภาพการให้บริการในธุรกิจโฮสเทล ในระหว่างหรือภายหลังการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโฮสเทล เช่น ในด้านการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการโดยเน้นการเอาใจใส่และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับบริการในด้านความสะอาด และความปลอดภัยต่อสุขภาพ ภายใต้มาตรการการป้องกันและควบคุมการแพร่กระจายของเชื้อโรคตามนโยบายกระทรวงสาธารณสุข เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กาญจนา ทวีพันธ์ และแววมยุรา คำสุข. (2558). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย. วารสารธุรกิจปริทัศน์, 7(2), 151- 167.

รุติรัตน์ มีเพิ่มพูนศรี. (2562). รูปแบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจโฮสเทลในเขตกรุงเทพมหานคร. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นิธิศ สระทองอยู่. (2562). คุณภาพการให้บริการของพนักงานปฏิบัติหน้าที่การรถไฟแห่งประเทศไทยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟสายตะวันออกกรุงเทพฯ-ชลบุรี. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2(1), 65-75.

ปิยณัฐ จันทร์เกิด. (2560). คุณภาพการให้บริการของเทศบาลนครสวรรค์ตามการรับรู้ของประชาชน. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

ภาวิณี ทองแย้ม. (2560). ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ. วารสารเกษมบัณฑิต, 18(1), 219-232.

ระชาชนนท์ ทวีผล และธีระวัฒน์ จันทร์ทิก. (2560). การให้บริการแบบมืออาชีพของโรงแรมบูติกในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. **วารสารวิจัยและพัฒนาวลัยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 12(1), 1-14.

วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์ และจิตติพันธ์ ศรีศิริภรณ์. (2558). *The Hostel Bible*. กรุงเทพฯ: ชูเปอร์กรีน.

วิลรัตน์ หงส์ทอง. (2555). **ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการลูกค้า ธนาคารออมสิน สาขาวัชรพล**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศุภินญา ธารรัตน์สุวรรณ. (2563). **ผลกระทบเชื้อไวรัส COVID-19 ต่อวิกฤตการณ์ท่องเที่ยวของประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.senate.go.th>.

ศิมาภรณ์ สิทธิชัย สนิยาธร ขุนอ่อน และนิตย์ หทัยสรวงศ์สุขศรี. (2560). คุณภาพบริการของธุรกิจโรงแรมใน อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต**, 13(2), 182-203.

สุพิชญา เพิ่มพูล. (2556). **ความคาดหวังและการรับรู้คุณภาพการให้บริการท่าเทียบเรือประมงสงขลา 2 (ท่าสะพาน)**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยทักษิณ.

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2563). **7 นโยบาย สศค.ฟื้นฟูเศรษฐกิจ หลัง COVID-19**. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.moneyandbanking.co.th/article/fpo-economicrecovery-10062020>.

อภิญญา ภัทราพรพิสิฐ. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการธนาคารกรุงไทยจำกัด (มหาชน) สาขากอนแสงชูโต จังหวัดกาญจนบุรี**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เอกราช ลักษณะสัมฤทธิ์. (2560). **รู้จักโฮสเทลที่ปักใจของเหล่าแบ็คแพ็คเกอร์**. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2560 จาก <https://dsignsomething.com>.

Cochran, W. G. (1977). **Sampling Techniques**. (3rd ed.). New York: Johnson Wiley & Sons.

Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, A. V. (1991). Understanding Customer Expectations of Service. **Sloan Management Review**, 32(3), 39-48.

Parasuraman, A., Zeithaml, A. V. & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. **The Journal of Marketing**, 49(4), 41-50.

Parasuraman, A., Zeithaml, A. V. & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. **Journal of Retailing**, 14(1), 12-36.

Parasuraman, A., Zeithaml, A. V. & Berry, L. L. (1994). Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research. **Journal of Marketing**, 58(1), 111-124.

Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.

Zeithaml, A. V., Berry, L. L. & Parasuraman, A. (1993). The Nature and Determinants of Customer Expectations of Service. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 21(1), 1-12.

Zeithaml, A. V., Parasuraman, A. & Malhotra, A. (2002). Service Quality Delivery through Web Sites: A critical Review of Extant Knowledge. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 30(4), 362-375.