

## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรม

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัย และการศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการใช้บริการสถานบริการบ้านเยาวชน

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า การวิเคราะห์ปัจจัย และการวิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 2.1.1 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์

อุปสงค์ของสินค้า / ผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งไม่ได้ถูกกำหนดมาจากราคาของสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวแต่ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างอื่นที่เกี่ยวข้องกันอีกด้วย

ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ของสินค้า / บริการชนิดใดชนิดหนึ่ง (x) สามารถแยกออกเป็น 2 กลุ่ม (Douglas, 1987) ดังนี้

- 1) ปัจจัยที่ผู้ประกอบการสามารถควบคุมได้ ได้แก่ ปัจจัยด้านกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ
- 2) ปัจจัยที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้บริโภค ปัจจัยด้านกลยุทธ์ของกลุ่มคู่แข่ง และปัจจัยอื่นๆ

ซึ่งสามารถแสดงได้ดังนี้

$$Q_x = f(P_x, A_x, D_x, O_x, Y_c, T_c, C_c, P_y, A_y, D_y, O_y, G, N, W...)$$

ปัจจัย

ปัจจัย

ปัจจัย

ปัจจัย

กลยุทธ์

ผู้บริโภค

คู่แข่ง

อื่นๆ

โดยที่

ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้

ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้

$Q_x$  คือปริมาณสินค้า / บริการที่ต้องการเสนอซื้อ (x) ในหนึ่งหน่วยเวลา

$P_x$  คือราคาของสินค้า / บริการ (x)

$A_x$	คือ การโฆษณา / โปรโมชัน สำหรับสินค้า / บริการ (x)
$D_x$	คือ การออกแบบ / รูปแบบ / คุณภาพของสินค้า / บริการ (x)
$O_x$	คือ ที่วางจำหน่ายสินค้า / บริการ (x)
$Y_c$	คือ รายได้ของผู้บริโภค
$T_c$	คือ อรรถนิยมของผู้บริโภค
$C_c$	คือ ความคาดหวังเกี่ยวกับราคาในอนาคตของผู้บริโภค
$P_y$	คือ ราคาของสินค้า / บริการที่เกี่ยวข้อง (y)
$A_y$	คือ การโฆษณา / โปรโมชัน สำหรับสินค้าที่เกี่ยวข้อง (y)
$D_y$	คือ การออกแบบ/รูปแบบ/คุณภาพของสินค้าที่เกี่ยวข้อง (y)
$O_y$	คือ ที่วางจำหน่ายสินค้า / บริการที่เกี่ยวข้อง (y)
$G$	คือ นโยบายของรัฐบาล กฤษฎีษอุตสาหกรรม
$N$	คือ จำนวนประชากรในระบบเศรษฐกิจ
$W$	คือ สภาพทางอากาศ

ธุรกิจบริการ เช่น โรงแรมได้มุ่งเน้นถึงการให้บริการผู้บริโภคเป็นสิ่งสำคัญ ผู้ประกอบการจึงต้องศึกษา พฤติกรรมของผู้บริโภคว่ามีความต้องการสินค้าและบริการสินค้านั้นๆอย่างไร เพื่อจะได้ตอบสนองความต้องการผู้บริโภค (Kotler,2000)

### 2.1.2 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Market Mix)

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด เป็นตัวแปรทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ 7 ประการ โดยนำมาใช้ร่วมกันอย่างเหมาะสม เพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย (Kotler, 2003) โดยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าวประกอบด้วย

1) ผลិតภัณฑ์ เป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของมนุษย์โดยที่ผลิตภัณฑ์อาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ กล่าวคือเป็นได้ทั้งสินค้าและการบริการ โดยทั่วไปการผลิตผลิตภัณฑ์ต้องมีการพิจารณา คุณภาพสินค้า ลักษณะ การออกแบบ ขนาด การรับประกัน เป็นต้น ซึ่งจะสามารถสนองตอบความต้องการของลูกค้า และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้ จำแนกความพึงพอใจ ประเภทผลิตภัณฑ์ออกเป็น

1.1) ประโยชน์หลัก หมายถึง ประโยชน์พื้นฐานที่ผู้ผลิตเตรียมไว้ให้ผู้บริโภคได้รับ โดยตรงจากการบริโภคผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งจะสามารถสนองตอบต่อความต้องการที่แท้จริงของ

ลูกค้าได้ เช่น โรงแรม เกสเฮาส์ หรือบ้านพัก มีประโยชน์พื้นฐานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการที่พักแรมค้างคืน เป็นต้น

1.2) รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์พื้นฐาน หมายถึงลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ เช่น ห้องพักเตียงเดี่ยว ห้องพักเตียงคู่ ห้องพักครอบครัว ห้องสูท หรือห้องพักรวม เป็นต้น

1.3) ผลิตภัณฑ์คาดหวัง หมายถึงคุณสมบัติและเงื่อนไขที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับการใช้ผลิตภัณฑ์ การเสนอผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังจะคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก เช่น ความประทับใจในการรับบริการด้านที่พัก อุปกรณ์ต่างๆในห้องพักต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์ดีของลูกค้าในอนาคต

1.4) ผลิตภัณฑ์ควบ หมายถึงผลประโยชน์เพิ่มเติม หรือบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่กับการซื้อสินค้า ประกอบด้วยบริการก่อนและหลังการขาย เช่น เมื่อลูกค้ามีการซื้อบริการห้องพัก ในสถานบริการส่วนใหญ่จะมีการเตรียม กระดาษชำระ สบู่ แชมพู ครีมนวดผม และน้ำดื่มไว้ในห้องพักเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า

1.5) ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หมายถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาไปเพื่อตอบสนองความต้องการ

2) ราคา เป็นสิ่งกำหนดมูลค่าในการแลกเปลี่ยน หรือ การให้บริการในรูปของเงินตรา ราคาจึงเป็นต้นทุนในการใช้บริการของลูกค้า ที่จะทำการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าผลิตภัณฑ์กับราคาผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าของผลิตภัณฑ์สูงกว่าราคาแล้วลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้ผลิต ต้องคำนึงถึงคุณค่าที่รับรู้โดยผู้บริโภค ซึ่งผู้ผลิตต้องพิจารณาว่าการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ต้องสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์นั้นๆ

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงสถานที่ให้บริการและเส้นทางในการจัดจำหน่าย ในส่วนแรกที่ต้องคำนึงถึง คือ

การเลือกทำเลที่ตั้ง การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจนั้นนับว่ามีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการเนื่องจากผู้บริโภคต้องเดินทางไปรับบริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดตั้งอยู่ ซึ่งในธุรกิจบริการที่พักรจะคำนึงถึง เส้นทางคมนาคมไปยังแหล่งที่พัก การคมนาคมจากแหล่งที่พักไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

การกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ส่วน ได้แก่ ลักษณะของการบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจำหน่าย และลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการ

4) การส่งเสริมการตลาด หมายถึงการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้จำหน่ายและลูกค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ แจ้งข่าวสาร หรือ ชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารมีหลายประการซึ่งอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือก็ได้

เครื่องมือที่ใช้ส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมี 5 ประเภทดังนี้ คือ

4.1) การ โฆษณา เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับองค์กร และผลิตภัณฑ์ บริการ หรือความคิด โดยไม่ใช้บุคคลเข้าไปติดต่อแต่จะติดต่อโดยการใช้สื่อต่างๆ ซึ่งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการโฆษณา ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของการแจ้งข่าวสาร การจูงใจให้เกิดความต้องการ เช่น การโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา และสารสนเทศต่างๆ เป็นต้น

4.2) การขายโดยใช้พนักงานขาย เป็นการติดต่อสื่อสารจากผู้ขายไปยังผู้รับลูกค้าที่มีอำนาจซื้อโดยตรง พนักงานขายสามารถแนะนำ ชักจูงให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการ สามารถให้ความช่วยเหลือ ดูแลลูกค้า และเรียนรู้ล่วงหน้าว่าลูกค้าต้องการอะไร เพื่อทำให้เกิดโอกาสในการขายบริการอื่นให้กับลูกค้าเพิ่มเติมในอนาคต

4.3) การส่งเสริมการขาย เป็นกิจกรรมทางการตลาดที่นอกเหนือจากการขายโดยใช้บุคคล การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ที่ช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคและประสิทธิภาพของผู้ขาย เช่น การลดราคา, การแจกตัวอย่างสินค้า, การสะสมแต้มชิงรางวัล เป็นต้น

4.4) การบอกกล่าวแบบปากต่อปาก มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจบริการ เพราะผู้ที่เคยใช้บริการจะทราบว่าบริการของธุรกิจนั้นเป็นอย่างไร จากประสบการณ์ของตนเองแล้วถ่ายทอดประสบการณ์นั้นต่อไปยังผู้อื่นซึ่งอาจจะเป็นผู้ใช้บริการในอนาคต หากผู้ที่เคยใช้บริการมีความรู้สึกที่ดี ประทับใจในการบริการ ก็จะบอกต่อไปยังญาติและคนรู้จักและแนะนำให้ไปใช้บริการด้วย ซึ่งสามารถลดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด และการติดต่อสื่อสารได้มาก แต่ในทางตรงกันข้าม หากผู้ที่เคยใช้บริการแล้วไม่ประทับใจในการบริการก็จะบอกต่อในทางลบได้

การแนะนำจากคนรู้จัก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ที่ไม่เคยใช้บริการสูงมาก ดังนั้นการบอกกล่าวแบบปากต่อปากจึงมีผลต่อธุรกิจบริการอย่างยิ่ง การได้รับประสบการณ์ที่ไม่ประทับใจจะส่งผลเสียอย่างยิ่งต่อธุรกิจบริการ เพราะผู้ให้บริการที่ไม่ประทับใจมีแนวโน้มที่จะบอกกล่าวแบบปากต่อปากต่อผู้อื่นมากกว่าผู้ที่ประทับใจในการบริการ

5) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือบุคลากร คือบุคคลผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริการทั้งหมดรวมถึงลูกค้าและบุคลากรที่ให้บริการลูกค้า คุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพอใจแก่ลูกค้าผู้ให้บริการเหนือคู่แข่งอื่น บุคลากรต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีความสามารถในการแก้ปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมที่ดีแก่องค์กร

6) การสร้างและการนำเสนอลักษณะกายภาพ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่ง และแบ่งส่วน หรือแผนกของพื้นที่ภายในอาคาร และลักษณะทางกายภาพ อื่นๆที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าและทำให้มองเห็นภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนรวมไปถึง อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆที่มีไว้ให้บริการด้วย

7) กระบวนการให้บริการ หมายถึงขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการ ให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจ ซึ่งจะพิจารณาใน 2 ด้าน คือความซับซ้อน และ ความหลากหลาย ในความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานใน กระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการลงทะเบียนเข้าพัก การจัดส่งสัมภาระไปยังห้องพัก การทำความสะอาดห้องพัก การเปลี่ยนอุปกรณ์ใช้แล้ว การลงทะเบียนแจ้งออกและการจ่ายเงินค่า เช่าพัก ส่วนในด้านของความหลากหลายต้องพิจารณาถึง ความมีอิสระ ความยืดหยุ่น ความสามารถเปลี่ยนแปลงขั้นตอน หรือลำดับงาน

### 2.1.3 แนวคิดความพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

ความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นระดับความรู้สึกของบุคคลหรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจาก การเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ผลจากการทำงาน หรือประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการ (Product / Service's Received Performance) กับความคาดหวังของลูกค้า (Person Expectation) ซึ่ง จะพิจารณาถึงความพึงพอใจหลังการขายของลูกค้า ต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ถ้าผลที่ได้รับจาก สินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งไว้ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และ ถ้า ระดับผลที่ได้รับตรงกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงข้าม ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้าก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งความแตกต่างของความพึงพอใจทั้ง 3 ระดับนี้ จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและ บริการในครั้งต่อไป และจะเกี่ยวโยงไปถึงการประชาสัมพันธ์องค์กรในด้านดีหรือไม่ดีต่อบุคคล อื่นๆในอนาคต (Kotler, 2000; Goncalves, 1998) ดังนั้นองค์กรจึงจำเป็นต้องสร้าง หรือเสนอผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า

การศึกษาความพึงพอใจที่นิยมใช้ส่วนใหญ่สามารถจำแนกเป็น 4 รูปแบบ (ChiQuan,2000)

ดังนี้

rights reserved

1) แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความคาดหวัง (Expectations-Disconfirmation Model of Satisfaction)

ความพึงพอใจในลักษณะนี้ เกิดขึ้นจากผู้บริโภคเปรียบเทียบคุณสมบัติของสินค้าที่เกิดขึ้นจริงกับความคาดหวังที่ผู้บริโภคต้องการให้สินค้านั้นมี ความแตกต่างระหว่างทั้งสองสิ่งนี้เป็นที่มีของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค

Tse และ Wilton (1983) ได้ให้คำนิยามความพึงพอใจของลูกค้าไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกตอบสนองของผู้บริโภคต่อการประเมินค่าในการรับรู้ที่ไม่ตรงกัน ระหว่างสิ่งที่คาดหวังไว้กับผลการดำเนินการอันเกิดขึ้นจริงของสินค้าหรือบริการที่รับรู้ภายหลังการบริโภคสินค้านั้นแล้ว จากนิยามนี้สามารถนำมาอธิบายหลักการสร้างความพึงพอใจได้ 3 ประการ คือ

(1) ความคาดหวังต่อสินค้าหรือผลการดำเนินงาน ลูกค้ามักตั้งความหวังที่อาจเป็นไปได้ ต่อสินค้าหรือผลการดำเนินงาน โดยรับรู้จากแหล่งต่างๆเช่น ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของสินค้า การโฆษณา หรือการบอกกล่าวแบบปากต่อปาก เป็นต้น

(2) ผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง ลูกค้าจะประเมินค่าผลการดำเนินงาน ของสินค้า จากผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นจริง หรือผลการดำเนินงานที่รับรู้ภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์

(3) ความไม่ตรงกัน ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับการรับรู้ที่เกิดขึ้นจริงทำให้เกิดช่องว่างขึ้น หากความคาดหวังนั้นตรงกับสิ่งที่เกิดขึ้นจริง มักทำให้เกิดความพึงพอใจ หากความคาดหวังมีมากกว่าการรับรู้ที่เกิดขึ้นจริง จะนำมาซึ่งความพึงพอใจของผู้บริโภคที่สูงขึ้น สามารถแสดงการเกิดความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความคาดหวังได้ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความคาดหวัง

2) แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความปรารถนา (Desired – Disconfirmation Model of Satisfaction)

ความพึงพอใจในลักษณะนี้เกิดขึ้นจากผู้บริโภคเปรียบเทียบคุณสมบัติของสินค้าที่เกิดขึ้นจริง กับความปรารถนาที่ผู้บริโภคต้องการให้สินค้านั้นมี ความแตกต่างระหว่างทั้งสองสิ่งเป็นที่มาของระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค

Spreng et al. (1996) ได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ เป็นผลมาจากปฏิกิริยาของความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อประสบการณ์จากสินค้าและบริการนั้นๆ โดยที่คำนิยามนี้มีความหมายกว้างกว่าคำนิยามของ Tse ที่ได้กล่าวถึงในข้างต้น โดยหลักการความพึงพอใจมีอยู่ 3 ประการด้วยกัน คือ

- (1) การดำเนินงานที่รับรู้ได้ (Perceived Performance)
- (2) ความคาดหวังและความคาดหวังที่เหมาะสม (Expectations and Expectations Congruency)
- (3) ความปรารถนาและความปรารถนาที่เหมาะสม (Desires and Desired Congruency)

นอกจากนี้ Spreng et al. (1996) ยังได้ให้คำนิยามของความปรารถนาไว้ว่า เป็นระดับของคุณสมบัติและประโยชน์ที่ผู้บริโภคเชื่อว่าจะนำมาซึ่งคุณค่าในระดับสูงขึ้น และเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงผลการดำเนินงานในอุดมคติ โดยที่เขาได้สร้างความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง กับความปรารถนา โดยที่ความคาดหวังเป็นความเชื่อเกี่ยวกับคุณสมบัติ หรือประโยชน์ของสินค้าที่มีอยู่และอาจเกิดขึ้นได้ ในขณะที่ความปรารถนาเป็นการประมาณค่าขอบเขตของคุณสมบัติ หรือประโยชน์ของสินค้าเพื่อให้ได้มาซึ่งคุณค่าในสิ่งนั้น ความปรารถนาที่เหมาะสมเป็นผลมาจากความแตกต่างระหว่างผลการดำเนินการที่รับรู้ได้กับความปรารถนาในตัวสินค้า หากความปรารถนาและความคาดหวังเป็นบวก ผู้บริโภคย่อมมีความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการนั้นๆสามารถแสดงการเกิดความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความปรารถนาได้ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความปรารถนา

3) แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความยุติธรรม (Equity – Disconfirmation Model of Satisfaction)

ความพึงพอใจในลักษณะนี้เป็นความคาดหวังในด้านความยุติธรรม ความถูกต้องในการซื้อขายระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย

Olive และ Swan (1989) ได้ให้คำนิยามของความยุติธรรมไว้ว่า เป็นความถูกต้องที่แต่ละบุคคลสมควรจะได้รับ ถ้าผู้บริโภครับรู้ว่าการซื้อขายมีความถูกต้องยุติธรรม จะนำมาซึ่งความพึงพอใจ โดยความยุติธรรมนี้ต้องอยู่บนพื้นฐานของการประเมินเวลาและเงินของผู้ซื้อว่า สมควรกับเวลาและความพยายามในการซื้อสินค้าของผู้ขาย รวมถึงผลจากการซื้อขายด้วย สามารถแสดงการเกิดความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความยุติธรรมได้ดังภาพที่ 2.3



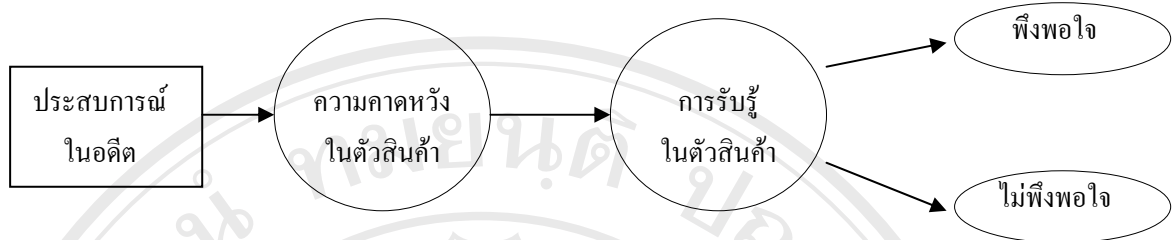
ภาพที่ 2.3 แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความยุติธรรม

4) แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากความคาดหวังจากประสบการณ์พื้นฐาน (Experience – Based Expectations – Disconfirmation Model of Satisfaction)

ความพึงพอใจในลักษณะนี้ เกิดจากการตั้งบรรทัดฐานจากประสบการณ์ในอดีต

Cadotte et al. (1987) ได้ให้คำนิยามของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นผลมาจากการ ประเมินค่าในการบริโภคสินค้าหรือบริการ ถ้าผลการประเมินสินค้ามากกว่าความคาดหวังที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ผู้บริโภคจะเกิดความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้ามถ้าผลการประเมินสินค้าน้อยกว่าความคาดหวังจากประสบการณ์ในอดีต แล้วผู้บริโภคจะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ (Dissatisfaction) การเปรียบเทียบในรูปแบบนี้จะแตกต่างจากรูปแบบแรก คือ ในรูปแบบแรกความคาดหวังของลูกค้าสามารถเกิดขึ้นโดยไม่ต้องอาศัยประสบการณ์ในสินค้าหรือบริการที่เกิดขึ้นในอดีต สามารถแสดงการเกิดความพึงพอใจอันเนื่องมาจากประสบการณ์พื้นฐานในอดีตได้ดังภาพที่ 2.4





ภาพที่ 2.4 แบบจำลองความพึงพอใจอันเนื่องมาจากประสบการณ์พื้นฐานในอดีต

#### 2.1.4 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

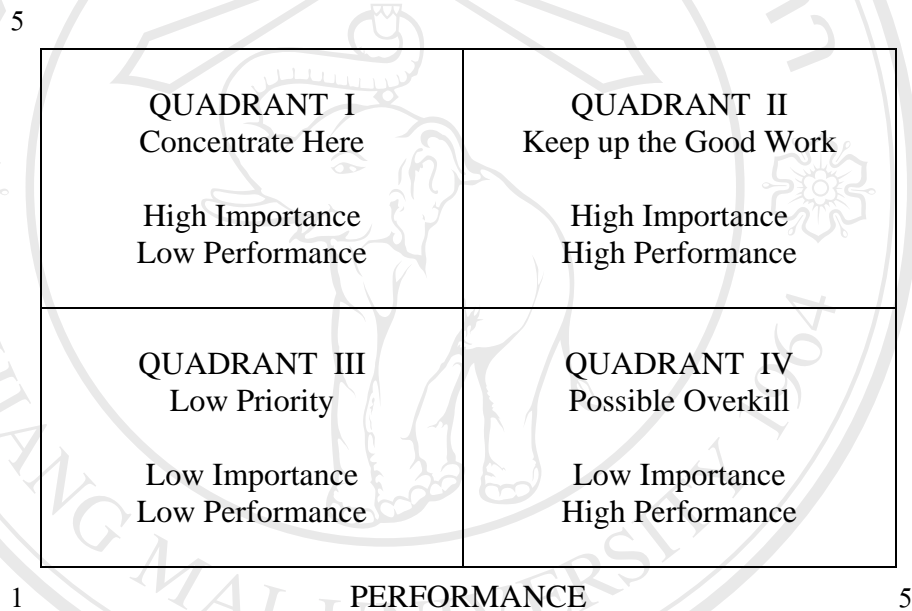
การวิเคราะห์ปัจจัย หรือ การวิเคราะห์ตัวประกอบ เป็นเทคนิคการจัดกลุ่ม หรือรวมกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันไว้ในปัจจัยเดียวกัน ตัวแปรที่อยู่ในปัจจัยเดียวกัน จะมีความสัมพันธ์กันมาก โดยความสัมพันธ์นั้นอาจเป็นในทิศทางเดียวกัน หรือ ตรงข้ามกันก็ได้ ซึ่งสามารถสังเกตได้จากค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปร แล้วมีการนำปัจจัยร่วม (Common Factors) มาใช้แทนจำนวนตัวแปรหลายๆตัวเพื่อลดจำนวนตัวแปรให้น้อยลง และเป็นการแก้ปัญหาในกรณีที่ ตัวแปรอิสระในการวิเคราะห์ความถดถอยมีความสัมพันธ์กันสูง (Multicollinearity) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544) ขั้นตอนการวิเคราะห์ปัจจัย มีดังนี้

1. สร้างเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่ (Correlation Matrix)
2. สกัดปัจจัย (Factor Extraction) เพื่อหาจำนวนปัจจัยที่ใช้แทนตัวแปรทั้งหมด โดยจะสามารถหาค่าน้ำหนักเชิงปัจจัย (Factor Loading) เพื่อจัดกลุ่มตัวแปร หากไม่แน่ใจว่าตัวแปรนั้นควรอยู่ในปัจจัยใด จะแก้ปัญหาคด้วยการหมุนแกนปัจจัย
3. หมุนแกนปัจจัย (Factor Rotation) เพื่อให้ค่าน้ำหนักเชิงปัจจัยของตัวแปรมีค่ามากขึ้นหรือลดลง จนกระทั่งทราบว่าตัวแปรนั้นควรอยู่ปัจจัยใด
4. คำนวณหาค่าคะแนนปัจจัย (Factor Score) เพื่อนำไปใช้วิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

#### 2.1.5 การวิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินงาน (Importance-performance Analysis)

แนวคิดการวิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินงาน อาศัยแบบจำลองคุณลักษณะต่างๆขององค์กรเพื่อนำมาชี้เฉพาะถึง จุดแข็ง-จุดอ่อนของคุณลักษณะทางการตลาดในองค์กร เช่น ชื่อสินค้า ผลิตภัณฑ์ การบริการ และลักษณะต่างๆที่สร้างขึ้น โดยมีหลักการในการใช้ความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญของคุณลักษณะทางการตลาดต่อลูกค้า และการประเมินค่าของคุณลักษณะข้างต้นว่าการบริการ(หรือสินค้า) มีความสำคัญต่อลูกค้าอย่างไรเปรียบเทียบกับรับรู้ถึงบริการหรือสินค้า

นั้นหลังใช้บริการ โดยนำใช้ค่าความโน้มเอียงสู่ศูนย์กลาง(Central tendency) เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean) มัชฐาน (Median) ช่วยในการวิเคราะห์คุณสมบัติแต่ละด้านว่ามีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร โดยมีการให้คะแนนความสำคัญและคะแนนการดำเนินงานขององค์กร และจับคู่ค่าเฉลี่ยของความสำคัญและการดำเนินงานของคุณสมบัติแต่ละชนิดเพื่อหาคำแหน่งที่เหมาะสมของคุณลักษณะทางการตลาดต่างๆ ในแบบจำลองการวิเคราะห์ความสำคัญและระดับการดำเนินงาน(Importance-performance Model) คะแนนค่าเฉลี่ยของความสำคัญและการดำเนินงานจะถูกนำมาร่วมกันในการกำหนดพิภักดิ์ในแบบจำลองเมตริกซ์ 2 มิติ เมตริกซ์นี้ใช้อธิบายความสำคัญของแต่ละคุณลักษณะเพื่อปรับปรุง และสามารถเป็นแนวทางในการดำเนินกลยุทธ์ต่อไป แสดงแบบจำลองดังภาพที่ 2.5



ภาพที่ 2.5 แบบจำลองการวิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินงาน

จากภาพที่ 2.5 สามารถแบ่งพื้นที่ในแบบจำลองการวิเคราะห์ความสำคัญและการดำเนินงานออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ I, II, III และ IV ซึ่งแต่ละส่วนสามารถอธิบายได้ดังนี้ ( Matzler et. al.,2004; Chu and Choi,2000 )

ส่วนที่ I : Concentrate Here หรือ ส่วนที่ควรให้ความสนใจ แสดงถึงองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงแต่ผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ กล่าวคือระดับการบริการที่ลูกค้าต้องการหรือคาดหวังไว้สูงกว่าระดับการบริการที่ลูกค้าได้รับ ดังนั้นองค์กรต้องให้ความสำคัญในการแก้ไขปรับปรุงองค์ประกอบในกลุ่มนี้โดยเร่งด่วน

ส่วนที่ II : Keep up the Good Work หรือ ดีมาก ทำต่อไป แสดงถึงองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงและผู้บริโภคได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ กล่าวคือ ลูกค้าได้รับการบริการในระดับที่สูงกว่าหรือเทียบเท่าความคาดหวัง ดังนั้น องค์กรต้องรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูงต่อไป

ส่วนที่ III : Low Priority หรือ ลำดับสำคัญต่ำ แสดงถึงองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่ำและผู้บริโภคไม่ได้รับการบริการในระดับที่น่าพอใจ อย่างไรก็ตามองค์กรไม่มีความจำเป็นต้องให้ความสนใจแก้ไข เนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในระดับต่ำ

ส่วนที่ IV: Possible Overkill หรือ อาจทำลายขององค์กร แสดงถึง องค์ประกอบที่มีความสำคัญต่ำแต่ผู้บริโภคได้รับการบริการในระดับที่น่าพึงพอใจ อย่างไรก็ตามเนื่องจากเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อผู้บริโภคในระดับต่ำ การที่องค์กรมุ่งเน้นใช้ทรัพยากรในการพัฒนาปรับปรุงองค์ประกอบดังกล่าวจะเป็นการสิ้นเปลืองและไม่เกิดประโยชน์

## 2.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบของสถานบริการบ้านพักเยาวชน

การศึกษากฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับบ้านพักเยาวชน มีความจำเป็นในการศึกษารูปแบบปัญหาและอุปสรรคของบ้านพักเยาวชน เพราะเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมของผู้เข้าพัก ที่ต้องอยู่ภายใต้กฎระเบียบ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดบทบาท การดำเนินกิจการด้านเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ ตลอดจนกำหนดขอบเขตของผู้ใช้บริการ กฎระเบียบอาจก่อให้เกิดความพึงพอใจในด้านต่างๆของผู้ใช้บริการ แต่ข้อจำกัดเหล่านั้นอาจเป็นปัจจัยหนึ่งซึ่งก่อให้เกิดอุปสรรคในการให้บริการและการขยายตัวของกิจการบ้านพักเยาวชนเช่นกัน ดังนั้นการศึกษาถึงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นสิ่งจำเป็นในการศึกษารูปแบบ ปัญหาและอุปสรรคของบ้านพักเยาวชน

### 2.2.1 กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องในการควบคุม ดูแล สถานบริการที่พักอาศัย

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมสถานบริการที่พักแรมมีอยู่เพียงฉบับเดียว คือ พ.ร.บ. โรงแรม พ.ศ. 2478 ซึ่งให้ความหมายของคำว่า "โรงแรม" ไว้ว่าหมายถึง "สถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้างสำหรับคนเดินทาง หรือบุคคลที่ประสงค์จะหาที่พักชั่วคราว" กฎหมายดังกล่าวระบุเงื่อนไขไว้ว่า โรงแรมจะเปิดดำเนินการได้ต่อเมื่อได้รับใบอนุญาตและจดทะเบียนถูกต้องแล้วเท่านั้น แต่มีข้อยกเว้นไว้ 2 กรณี ได้แก่ สถานที่ที่เป็นบ้านพักที่รับบุคคลที่ต้องการจะพักอาศัยอยู่ชั่วคราวอย่างน้อยหนึ่งเดือน โดยผู้ได้รับอนุญาตมิได้ขายอาหารหรือเครื่องดื่มใด ๆ แก่ผู้พักหรือประชาชน ไม่ถือว่าเป็นโรงแรม และสถานที่ใดจัดให้บุคคลพักอาศัยชั่วคราวเพื่อประโยชน์ในทางราชการ การกุศล การศึกษา หรือเพื่อประโยชน์อย่างอื่น ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดเห็นสมควร ผู้ว่าราชการจังหวัดมีอำนาจให้การยกเว้น หรือผ่อนผันการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติดังกล่าวได้ตาม

สมควรแก่กรณี สำหรับในกรุงเทพฯ อธิบดีกรมตำรวจจะเป็นผู้มีอำนาจสั่งการ และผู้ที่ขอ ยกเว้นหรือผ่อนผันการปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าว ต้องยื่นความประสงค์ โดยใช้แบบ ร.ร.12

พระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ.2507 เป็นกฎหมายที่ควบคุมสถานบริการที่พักรวม ซึ่งจัดตั้งขึ้น เพื่อรับผู้พักอาศัยที่อยู่ในระหว่างการศึกษา ตามกฎกระทรวงฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2508) ที่ออกตาม พ.ร.บ.ฉบับนี้คือ ผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย โรงเรียนของรัฐบาลและเอกชน เป็นต้น และเข้า อยู่ในหอพักโดยให้ทรัพย์สินตอบแทน แต่ถ้ามมีห้องพักน้อยกว่า 5 ห้องก็ได้รับการยกเว้น สาระสำคัญที่ทำให้ พ.ร.บ.โรงแรมต่างจากพ.ร.บ.หอพัก อยู่ที่พ.ร.บ.หอพักจะมุ่งควบคุมกิจการที่ พักอาศัยสำหรับเยาวชนหรือเด็ก หรือผู้ที่อยู่ระหว่างการศึกษาทำให้พ.ร.บ.นี้ใช้บังคับเป็นบางท้องที่ ในขณะที่พ.ร.บ.โรงแรมพ.ศ.2478 มีผลบังคับใช้ทุกท้องที่ทั่วประเทศ (มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ, 2532)

สำหรับกฎหมาย และระเบียบอื่นๆที่เกี่ยวข้องในการควบคุมสถานบริการที่พักรวมแบบ ประหยัดคนเนื่องจากพระราชบัญญัติ(พ.ร.บ.) ดังกล่าวข้างต้น ยังมีกฎหมายต่างๆอีกหลายฉบับที่ ได้บัญญัติถึงกิจการโรงแรมโดยที่ในกฎหมายเหล่านั้นมิได้นิยามคำว่า “โรงแรม” ไว้เลย คงบังคับ ใช้โดยอิงความหมายคำว่า “โรงแรม” ซึ่งเป็นโรงแรมที่ได้รับอนุญาตให้เปิดดำเนินการตาม พ.ร.บ. โรงแรม พ.ศ. 2478 กฎหมายดังกล่าวได้แก่

พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ.2518 กำหนดให้ โรงแรมหรือสถานพักรวมที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำ ฝั่งทะเล ทะเลสาบหรือชายหาด หรืออยู่ใกล้อุทยาน แห่งชาติ หรือบริเวณที่อาจจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม และมีจำนวนห้องพัก ตั้งแต่ 80 ห้องขึ้นไป จะต้องรายงานเกี่ยวกับการศึกษาและมาตรการป้องกัน รวมถึงการแก้ไข ผลกระทบกระเทือนต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม (ประกาศกระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและ การพลังงาน ณ วันที่ 14 มกราคม 2524)

พระราชบัญญัติคนเข้าเมือง พ.ศ.2522 มาตรา 38 กำหนดให้ผู้จัดการโรงแรมซึ่งรับคนต่าง ค้าว โดยได้รับอนุญาตให้อยู่ในราชอาณาจักรเป็นการชั่วคราวเข้าพักอาศัย จะต้องแจ้งต่อเจ้า พนักงาน ณ ที่ทำการตรวจคนเข้าเมือง ซึ่งตั้งอยู่ในท้องที่ที่สถานบริการนั้นตั้งอยู่ภายใน 24 ชั่วโมง นับตั้งแต่วันที่คนต่างค้าวเข้าพักอาศัย ถ้าท้องที่ใดไม่มีที่ทำการตรวจคนเข้าเมืองตั้งอยู่ ให้แจ้งต่อ เจ้าพนักงานตำรวจ ณ สถานีตำรวจท้องที่นั้น โดยใช้แบบที่กรมตำรวจกำหนดไว้

ประมวลรัษฎากร ได้กำหนดให้ธุรกิจโรงแรมเป็นกิจการที่ต้องเสียภาษีการค้า (บัญชีอัตรา การค้า ประเภทการค้าที่ 7)

พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 และข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครเรื่องควบคุม ก่อสร้างอาคารพ.ศ.2522 พระราชบัญญัติฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมการก่อสร้างอาคารทุก

ประเภท (รวมถึงที่พักอาศัยนักท่องเที่ยว อันได้แก่ โรงแรม เกสเฮาส์ และบังกะโลด้วย) ทั้งในด้าน ความมั่นคงแข็งแรง ความปลอดภัย การป้องกันอัคคีภัย การสาธารณสุข การควบคุมสภาพ สิ่งแวดล้อม การผังเมือง การสถาปัตยกรรมและการอำนวยความสะดวกด้านการจราจร

พระราชบัญญัติควบคุมอาหาร พ.ศ. 2535 มาตรา 9 ให้ยกเลิกมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติ ควบคุมอาหาร พ.ศ. 2522 และให้ใช้ความดังต่อไปนี้แทน มาตรา 32(1) กำหนดให้อาคารสำหรับใช้ เพื่อกิจการโรงแรม เป็นอาคารควบคุมการใช้ ซึ่งต้องให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นออกใบรับรองว่าการ ก่อสร้างตัดแปลง หรือเคลื่อนย้ายเป็นไปโดยถูกต้องภายใน 30 วัน นับแต่วันที่ได้รับแจ้ง และห้ามมิ ให้บุคคลใดใช้อาคารนั้นเพื่อกิจการดังที่ระบุไว้ในใบอนุญาตก่อนได้รับ อนุญาต แต่ถ้าเจ้าพนักงาน ท้องถิ่นมิได้ทำการตรวจสอบภายใน 30 วัน ให้เจ้าของหรือผู้ครอบครองอาคารนั้นใช้ หรือยินยอม ให้บุคคลใดใช้อาคารนั้นเพื่อกิจการดังที่ระบุไว้ในใบอนุญาตได้ ห้ามมิให้อาคารนั้นเพื่อกิจการ อื่นนอกจากที่ระบุไว้ในใบอนุญาต

**2.2.2 ลักษณะของบ้านเยาวชน (Youth Hostels)**(Joseph De Chiara, 1980; Emstt, 1980 และ สมาคมเยาวชนแห่งประเทศไทย, 2534)

บ้านเยาวชนได้ก่อตั้งขึ้นเป็นแห่งแรกในประเทศเยอรมัน เพื่อเป็นที่พักสำหรับเยาวชนใน การออกเดินทาง เช่นเดียวกับโรงแรมทั่วไป ซึ่งเป็นสถานที่สำหรับพักผ่อน ซักผ้าและรับประทานอาหารของผู้เข้าพัก แต่บ้านเยาวชนมีข้อแตกต่างจากโรงแรมในหลักการที่ โรงแรมจะแบ่งแยกผู้เข้า พักแต่ละกลุ่มให้มีความเป็นส่วนตัว ส่วนบ้านเยาวชนจะเป็นที่พักซึ่งสร้างสภาวะแวดล้อมให้ผู้เข้า พักได้มีโอกาสเรียนรู้ซึ่งกันและกัน พบปะสังสรรค์ แม้จะมีเชื้อชาติและภูมิหลังที่แตกต่างกัน

บ้านเยาวชนจะมีจำนวนเตียงของผู้เข้าพักมาก-น้อยต่างกัน เช่นในเมืองเล็กอาจเป็นบ้าน เยาวชนเล็กที่มีมาตรฐานในการใช้บริการตามความเหมาะสม ส่วนบ้านเยาวชนที่ตั้งในเมืองใหญ่ จะ มีจำนวนเตียงมากขึ้นและมีห้องพักรวมขนาด 4-8 เตียง

การแบ่งขนาดของบ้านเยาวชนตามมาตรฐานประเทศเยอรมัน

1. บ้านพักขนาดเล็ก มีจำนวนเตียง 30-50 เตียง
2. บ้านพักขนาดมาตรฐาน มีจำนวนเตียง 50-100 เตียง
3. บ้านพักขนาดใหญ่ มีจำนวนเตียง 100-250 เตียง
4. บ้านพักขนาดใหญ่มาก มีจำนวนเตียง 250-600 เตียง

### 1) ลักษณะการดำเนินงานของบ้านเยาวชน

บ้านพักเยาวชนแต่ละแห่งจะอยู่ภายใต้การดำเนินงานของเจ้าของกิจการ ในลักษณะเจ้าของคนเดียว กลุ่มบุคคล นิติบุคคล หรือสมาคม เพื่อเป็นผู้ดูแลนโยบายทางการบริหาร การเงิน และบ้านพักเยาวชนแต่ละแห่งนั้นจะเป็นสมาชิกของสมาคมบ้านเยาวชนในแต่ละประเทศ ซึ่งทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการติดต่อประสานงาน ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการดูแลรักษา กฎระเบียบต่างๆซึ่งสมาพันธ์บ้านเยาวชน (The International Youth Hostel Federation) เป็นผู้กำหนดให้สมาชิกแต่ละแห่งปฏิบัติตาม เพื่อให้รูปแบบของบ้านเยาวชนเป็นหลักการเดียวทั่วโลก สมาคมบ้านเยาวชนในแต่ละประเทศซึ่งอยู่ในภาคพื้นเดียวกัน จะรวมกันเป็น RCB (Regional coordinating body) เพื่อความสะดวกและประโยชน์ในการขยายกิจการ การแก้ปัญหาต่างๆในระดับภาคพื้นเดียวกัน เนื่องจากการง่ายต่อการรวบรวมสมาคมของประเทศที่ใกล้กันมากกว่าการประชุมสัมมนาในระดับโลก ซึ่งสมาพันธ์บ้านเยาวชนนั้นมีหน้าที่เป็นผู้กำหนดกฎระเบียบให้บ้านเยาวชนและสมาชิกผู้เข้าพักปฏิบัติตาม ตลอดจนการกำหนดรูปแบบของบ้านเยาวชนให้เป็นหลักการเดียวทั่วโลก เพื่อให้ผู้เข้าพักแน่ใจได้ว่า สิ่งที่จะได้รับการเข้าพักบ้านเยาวชนแห่งใดก็ตามในโลกจะต้องเป็นไปตามหลักการที่กำหนดไว้

### 2) หลักการของบ้านเยาวชน

บ้านเยาวชน เป็นสมาคมที่มีสมาชิกทั่วโลก โดยมีหลักการเป็นแนวทางดังนี้

บ้านเยาวชน คือ อาคารซึ่งเป็นที่พักที่เสียค่าใช้จ่ายน้อย สำหรับเยาวชนหรือสุภาพชนทั่วไป ผู้เดินทางในประเทศของตนหรือไปยังส่วนต่างๆทั่วโลก

บ้านเยาวชน คือ สถานที่ซึ่งเยาวชน ผู้มีความแตกต่างกันทางสังคม ภูมิหลัง ความคิดเห็น และเชื้อชาติ สามารถพบกันและทำความรู้จักกัน เป็นสถานที่เพื่อสร้างมิตรภาพ นันทนาการ และจัดการศึกษานอกโรงเรียน

บ้านเยาวชนทุกแห่งมีผู้ดูแล ซึ่งสามารถรับฟังปัญหาต่างๆของเยาวชนผู้มาพัก แนะนำและช่วยเหลือเท่าที่สามารถจะทำได้

บ้านเยาวชนจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นที่พักสำหรับชุมชน โดยทำเป็นหอพักที่มีตั้งแต่ 4 เตียงขึ้นไป มีห้องรับประทานอาหารแบบช่วยเหลือตนเอง และจัดจำหน่ายอาหารที่ทุกคนรับประทานได้ มีห้องสำหรับผู้พักพบปะสนทนา ร้องเพลงและเล่นเกม

บ้านเยาวชนลักษณะนี้จัดขึ้นโดยไม่ประสงค์ผลกำไร เพราะเห็นว่าเยาวชนหรือสุภาพชนทั่วไปจะได้ใช้ประโยชน์จากบ้านเยาวชน ในโอกาสที่มีการเดินทาง มีการเล่นเกม รับประทานอาหาร และเข้าพักร่วมกัน

แต่เดิมนั้นแนวความคิดบ้านเยาวชนเป็นผลจากความคิดริเริ่มส่วนตัว แต่ปัจจุบันนี้บ้านเยาวชนกลายเป็นกิจการที่อยู่ในความต้องการของประชาชนทั่วไปเกือบทุกประเทศทั่วโลก

หลักการสำคัญอย่างหนึ่งก็คือ ผู้เข้ามาพักบ้านเยาวชนมีสิทธิเสมอกันในการขอเข้าพัก และในการปฏิบัติตามระเบียบของหอพักโดยไม่คำนึงถึงภูมิหลังทางสังคม สัญชาติ เชื้อชาติ ศาสนาและการเมือง เยาวชนทุกวันนี้ต้องการการพบปะรู้จักกัน ต้องการสนทนาถึงปัญหาต่างๆ และมีความเข้าใจอันดีต่อกัน สิ่งนี้เองที่เป็นความสำคัญที่แฝงอยู่ในกิจการบ้านเยาวชน นี่คือนิยามของความสัมพันธ์กันระหว่างบ้านเยาวชน การเมือง และสันติภาพ ริชาร์ด เซอร์แมน ผู้ก่อตั้งบ้านเยาวชน มีความคิดว่า “บ้านเยาวชน (Youth Hostel) คือสะพานที่เชื่อมโยงจากชาติหนึ่ง ไปสู่อีกชาติหนึ่ง”

### 3) รูปแบบของบ้านเยาวชน มีดังนี้

(1) บ้านเยาวชนจัดให้มีที่พักในอัตราต่ำสำหรับเยาวชน และสุภาพชนทั่วไปใช้บริการเข้าพักระหว่างเดินทาง

(2) บ้านเยาวชนมีลักษณะแตกต่างกันไป แล้วแต่ประเทศ แม้ในประเทศเดียวกันก็อาจมีลักษณะต่างกัน บ้านเยาวชนบางแห่งจัดทำขึ้นในบ้านเก่าแก่ ปราสาทโบราณ หรืออยู่ในอาคารทันสมัยที่สร้างขึ้นเพื่อบ้านเยาวชนโดยเฉพาะ และบ้านเยาวชนบางแห่งจัดขึ้นให้มีที่พักรายง่าย ๆ

(3) บ้านเยาวชนจัดแยกห้องนอน ที่ล้างมือ ล้างหน้า และสุขา สำหรับชายและหญิงเป็นสัดส่วนไม่ปนกัน ปกติที่พักซึ่งอยู่ในหอพักรวมจะมีเตียงหมู่ 4-20 เตียง

(4) ปกติจะมีห้องรวม สำหรับผู้เข้าพักใช้เป็นที่พบปะ สนทนาอย่างไม่เป็นทางการในบ้านเยาวชน

(5) บ้านเยาวชนบางแห่งมีการจัดตั้งอำนวยความสะดวก ให้แก่ผู้ที่ประสงค์ปรุงอาหารรับประทาน

(6) บ้านเยาวชนมีผู้อำนวยกา ผู้ดูแล หรือพ่อแม่ เป็นผู้ดำเนินการ บางแห่งมีการจำหน่ายอาหารราคาข่อมเยา และบ้านเยาวชนขนาดใหญ่อาจมีที่จำหน่ายอาหารแบบโรงอาหาร

(7) บ้านเยาวชนขนาดเล็กจะขอร้องให้ผู้เข้าพักทำหน้าที่ร่วมกัน (เช่น ทำความสะอาดห้อง ปูที่นอน)

(8) บ้านเยาวชนไม่มีความสะดวก หรือให้บริการ เช่น โรงแรมทั่วไป แต่จะจัดที่พักดี และอำนวยความสะดวกพอสมควร

4) กฎของบ้านเยาวชน เป็นข้อกำหนดซึ่งสมาคมบ้านเยาวชน ได้บัญญัติไว้ตามแนวทางที่สมาพันธ์บ้านเยาวชน(IYHF) กำหนดขึ้นแต่มีข้อปลีกย่อยบางประการซึ่งอาจแตกต่างกันในแต่ละประเทศ

(1) สมาชิกจะต้องลงทะเบียนและแสดงบัตรสมาชิกบ้านเยาวชนแห่งประเทศไทย แก่ผู้ดูแลพื้นที่ที่มาถึงที่พักและจ่ายค่าที่พักล่วงหน้า

(2) สมาชิกจะพักบ้านเยาวชนแต่ละแห่งได้ไม่เกิน 3 คืน (นอกจากจะได้รับอนุญาตจากผู้ดูแลบ้านพัก หรือเจ้าหน้าที่ของสมาคม)

(3) สมาชิกที่ป่วยเป็นโรคติดต่อจะไม่อนุญาตให้เข้าพักในบ้านเยาวชน

(4) สมาชิกทุกคนจะต้องใช้ “Sleeping bag” หรือผ้าปูที่นอน และปลอกหมอน ซึ่งนำมาใช้เองหรือเช่าจากบ้านเยาวชน

(5) จัดการที่หลับนอนของตนเองทุกวัน

(6) ใช้เครื่องใช้ทุกอย่างด้วยความระมัดระวัง และให้คงอยู่ในสภาพที่ดี และสะอาด

(7) ไม่อนุญาตให้สมาชิกของมินมาเข้ามาดื่มในบ้านพักเยาวชน และ ไม่อนุญาตให้นำอาหารหรือผลไม้เข้าไปรับประทานในห้องนอน

(8) ห้ามเล่นการพนันทุกชนิดในบ้านเยาวชน

(9) เมื่อทรัพย์สินของบ้านเยาวชนแตกหัก หรือ ชำรุดต้องรีบแจ้งให้ผู้ดูแลบ้านทราบทันที และจะต้องซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพเดิม มิฉะนั้นต้องชดใช้ค่าเสียหายก่อนออกเดินทางจากบ้านเยาวชนไป

(10) ห้ามสูบบุหรี่ในห้องนอน ผู้ที่สูบบุหรี่ให้สูบนอกที่จัดไว้โดยเฉพาะ

(11) ห้ามนำสัตว์เลี้ยงทุกชนิดเข้ามาในบริเวณบ้านเยาวชน

(12) ห้ามผู้เข้าพักเปิดวิทยุในห้องนอน หรือแม่แต่นในบริเวณบ้าน อันก่อให้เกิดความรำคาญแก่สมาชิกคนอื่นๆ

(13) ผู้เข้าพักทุกคนต้องช่วยกันระวังมิให้เกิดอัคคีภัย ทั้งภายในและภายนอกอาคาร

(14) ต้องไม่เด็ดดอกไม้ หรือทำลายสิ่งประดับอาคารและบริเวณที่พัก

(15) ผู้เข้าพักต้องรับผิดชอบในเรื่องความปลอดภัยของตนเอง และผู้ดูแลจะให้ความช่วยเหลือตามสมควร

(16) สมาชิกต้องช่วยกันทำงาน คนละเล็กน้อยด้วยความเต็มใจ และช่วยกันรักษาชื่อเสียงอันดีงามของบ้านเยาวชน

(17) เวลา 22.00น. ต้องปิดไฟในห้องนอน และเมื่อดับไฟแล้วให้ถือว่าเป็นการหลับนอน ผู้เข้าพักทุกคนจะต้องไม่ส่งเสียงดังระหว่าง 22.00น.- 06.00น.

(18) ผู้ดูแลบ้านเยาวชนมีสิทธิจะยึดบัตรประจำตัวของสมาชิกผู้เข้าพัก ในกรณีที่สมาชิกผู้นั้นไม่ปฏิบัติตามระเบียบ หรือมีความประพฤติไม่เรียบร้อย หรือในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ดูแล และทำความผิดรุนแรง ผู้ดูแลมีสิทธิที่จะให้สมาชิกผู้นั้นออกจากบ้านเยาวชนทันที



### 5) กิจกรรมของบ้านเยาวชน

บ้านเยาวชนเป็นสถานที่พักผ่อน สำหรับคนเดินทางท่องเที่ยวซึ่งมาจากสถานที่ต่างกัน และในบ้านเยาวชนแต่ละแห่งจะมีผู้ดูแลซึ่งเป็นผู้ใหญ่ และมีความรู้ในการเป็นตัวแทนผู้ที่มาพัก ซึ่งเป็นคนแปลกหน้าให้สร้างมิตรภาพกันภายในระยะเวลาสั้นๆ

องค์ประกอบ ซึ่งเป็นการสร้างมาตรฐานของบ้านพักเยาวชนให้เป็นระดับเดียวกันได้แก่

- (1) ความสะอาด (Cleanliness)
- (2) ความปลอดภัย (Security)
- (3) ความเป็นส่วนตัว (Privacy)
- (4) การแสดงความต้อนรับ (Welcome)
- (5) สิ่งอำนวยความสะดวก (Comfort)

ในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นสิ่งซึ่งแบ่งระดับของที่พัก แต่โดยทั่วไปแล้วผู้เข้าพักจะไม่คาดหวังต่อสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะได้รับจากบ้านพักอื่นๆ ในโลกที่สามให้มีความสะดวกมากเทียบเท่ากับประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างไรก็ตามบ้านพักทุกแห่งควรมี ความสะอาด ความปลอดภัย และการให้การต้อนรับที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ดังนี้

### 6) ความสะอาด อันได้แก่สิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

- (1) การปราศจากสิ่งสกปรกบนพื้น เฟอร์นิเจอร์บริเวณที่ทำงาน และที่ห้องนอน
- (2) อุปกรณ์ในการทำความสะอาด เครื่องใช้ในครัวมีเพียงพอ
- (3) ทำความสะอาดพื้นที่ของห้องน้ำ ห้องส้วม เช่น โถปัสสาวะ ฝักบัว อ่างล้างหน้า ฯลฯ ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค หรือน้ำยาที่ใช้ในการทำความสะอาด

(4) การปราศจากโรคระบาด หรือสิ่งปฏิกูลน่ารังเกียจในบ้านพัก โดยการทำ ความสะอาดเครื่องมือเครื่องใช้ บางอย่างให้อุณหภูมิสูง

- (5) อุปกรณ์ในห้องน้ำห้องส้วม อยู่ในสภาพสมบูรณ์ไม่ชำรุด หรือสกปรกเลอะเทอะ
- (6) มีที่เก็บอาหารสำหรับเจ้าหน้าที่และผู้เข้าพัก ซึ่งสะอาดใช้งานได้ดี
- (7) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ไม่ชำรุดและมีความสะอาด
- (8) การตกแต่งทั้งภายในและภายนอกอาคาร แสดงถึงความสะอาดเป็นระเบียบ
- (9) พนักงานต้องสะอาด และสวมเครื่องแต่งกายที่สะอาดรัดกุม โดยเฉพาะขณะเตรียมอาหารและเสิร์ฟ

### 7) ความปลอดภัย หมายถึง การปลอดภัยจากการที่ผู้เข้าพักจะถูกบุกรุก หรือละเมิด

- (1) ความปลอดภัยของทรัพย์สิน ซึ่งบ้านพักควรจัดการดูแลดังนี้

- ควบคุมการเข้าออกบ้านพัก เพื่อป้องกันขโมย

- รั้วรั้วสิ่งของ ซึ่งผู้เข้าพักทิ้งไว้ในห้องพัก หรือห้องเก็บของระหว่างเวลาที่ออกไปข้างนอก

- พนักงานควรมีความระมัดระวังต่อกิจกรรมต่างๆ ที่ได้กระทำในบ้านพักและมีกฎซึ่งควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกในการอยู่ร่วมกัน

(2) ความปลอดภัยส่วนบุคคล ของเด็กและผู้หญิง และความสัมพันธ์ที่ไม่เหมาะสมทางเพศทั้งจากเพศเดียวกัน และเพศตรงข้าม ซึ่งผู้ปกครองสามารถมั่นใจได้ว่าลูกๆ จะได้รับการปกป้องจากการบุกรุกทางเพศและการทำร้ายร่างกาย โดยการจัดเตรียมที่นอนซึ่งสามารถดูแลได้ม้วนถึง และต่อต้านความสัมพันธ์ทางเพศที่ไม่เหมาะสมของผู้เข้าพัก ถึงแม้ว่าจะเกิดขึ้นจากความยินยอมระหว่างผู้เข้าพักหรือไม่ก็ตาม โดยการตั้งกฎให้ผู้เข้าพักปฏิบัติตาม ผู้เข้าพักจะได้รับการปกป้องจากการล่วงละเมิด และพฤติกรรมก้าวร้าวจากบุคคลอื่น ซึ่งอาจเกิดจากการดื่มสุรา เสพยา หรือการกระทำผิดศีลธรรมอื่นๆ ตามกฎของสมาพันธ์ (IYHF)

(3) ความปลอดภัยจากอัคคีภัย ในสมาคมบ้านเยาวชนหลายๆแห่งจะอยู่ภายใต้การดูแลของดับเพลิงท้องถิ่น แต่บางพื้นที่ซึ่งไม่มีการควบคุมดูแลควรมีการป้องกันไว้ล่วงหน้า

8) ความเป็นส่วนตัว ความเป็นส่วนตัวเป็นสิ่งจำเป็นต่อบรรยากาศในการเข้าพักในบ้านพักขนาดเล็กหรือบ้านพักที่มีคนเข้าพักไม่มากนัก ผู้เข้าพักสามารถหาความเป็นส่วนตัวในการเขียนจดหมายหรือวางแผนการเดินทาง หรือทำกิจกรรมอื่นๆ ได้ง่ายกว่าในบ้านพักขนาดใหญ่หรือมีผู้เข้าพักจำนวนมาก ซึ่งการมีกลุ่มคนที่พลุกพล่านเป็นการยากที่จะมีความเป็นส่วนตัว

ความเป็นส่วนตัวที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ห้องน้ำ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการซักผ้า ซึ่งควรคำนึงถึงการแบ่งแยกเพศหญิง-ชาย และระยะระหว่างบุคคลตลอดจนลักษณะของวัฒนธรรม การสร้างอาณาเขตส่วนบุคคลเป็นสิ่งจำเป็นซึ่งบ้านพักจำนวนมากได้จัดเตรียมไว้ เช่น ไม่รวมห้องซักผ้ากับห้องน้ำ ห้องน้ำมีกลอน ห้องอาบน้ำมีฉลิด และเตียงแต่ละเตียงจะเว้นระยะจากกัน และมีไฟเฉพาะเตียง ให้สามารถอ่านหนังสือได้โดยไม่รบกวนผู้อื่น

9) การให้การต้อนรับ เป็นสิ่งจำเป็นต่อการตัดสินใจของผู้เข้าพักว่ามีความสุขหรือมีความพอใจต่อการเข้าพักหรือไม่ การต้อนรับเป็นหลักในการสร้างความประทับใจต่อผู้เข้าพักดังนี้ คือ

(1) ส่วนประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นครั้งแรกที่ผู้เข้าพักจะพบปะกับเจ้าหน้าที่ของบ้านพัก มีความสำคัญต่อการสร้างความประทับใจเริ่มแรก

(2) ความพร้อมของพนักงานต่อการตอบรับคำขอร้อง หรือความช่วยเหลือต่อความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้เข้าพัก ตลอดจนการให้บริการและประชาสัมพันธ์ระหว่างที่ผู้เข้าพักพักอาศัยอยู่ การปฏิบัติงานที่ดีของพนักงานต่อผู้เข้าพักเป็นสิ่งซึ่งแสดงให้เห็นให้ผู้เข้าพักรู้สึกมีความสุขและประทับใจขณะใช้บริการบ้านพัก

(3) การปฏิบัติงานของพนักงาน ไม่ควรแสดงควรไม่เป็นมิตร เช่น ล้อคประตูขณะที่ไม่จำเป็นต้องล็อก การความอดทนอดกลั้นขณะที่ผู้เข้าพักไม่สามารถพูดภาษาถิ่นได้ การส่องไฟไปยังเตียงนอน ใช้ลำโพงภายในติดต่อเกินความจำเป็น หรือเก็บพาสปอร์ตนานเกินความจำเป็น

(4) ลักษณะของบ้านพักในการสร้างบรรยากาศที่ดีต่อผู้เข้าพัก เช่น การตกแต่งที่สว่างสดใส การจัดดอกไม้ในห้องรับรอง ป้ายบอกทางพื้นที่ต่างๆที่ผู้เข้าพักจะต้องใช้ ป้ายชื่ออาคาร ซึ่งสะดุดตาในบริเวณที่ตั้ง และมีสภาพแวดล้อมที่ดี

10) สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นสิ่งซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการแบ่งระดับของบ้านเยาวชน บ้านเยาวชนทุกแห่งต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานไว้บริการ ซึ่งความแตกต่างของระดับบ้านเยาวชนระหว่างบ้านพักเยาวชนขนาดใหญ่และบ้านพักเยาวชนขนาดเล็ก อยู่ที่จำนวน ลักษณะ หรือปริมาณของสิ่งอำนวยความสะดวก และอัตราส่วนของที่ซักผ้า ที่อาบน้ำ และห้องน้ำ จนถึงเตียงนอนในปัจจุบันไม่ควรมีสภาพเช่นในอดีต ซึ่งอาจจะมีบ้านพักบางแห่งใช้เฟอร์นิเจอร์มือสอง พรหมขาดรุ่งริ่ง ที่นอนบางๆ ผ้าคลุมเตียงที่ขาด หน้าต่างไม่มีม่านกัน แสงสว่างไม่เพียงพอ สีทาผนังที่หลุดร่อน และสิ่งต่างๆที่ถูกละเลย

11) ลักษณะและกิจกรรมของผู้เข้าพักบ้านเยาวชน

โดยทั่วไปผู้เข้าพักบ้านเยาวชนต้องเป็นสมาชิก ซึ่งมีทั้งสมาชิกในประเทศและประเทศอื่นๆ ที่เป็นสมาชิกของสมาพันธ์บ้านเยาวชน(IYHF)

ตามความหมายของคำว่า “เยาวชน” โดยทั่วไปจะมีอายุตั้งแต่ 10ปี – 25 ปี แต่ผู้สมัครสมาชิกบ้านเยาวชนจะมีความหมายถึง “สุภาพชนทั่วไป” โดยไม่คำนึงถึงช่วงอายุและไม่มีข้อจำกัดต่างๆ เช่น เชื้อชาติ ศาสนา สีผิว ความเชื่อ ฯลฯ และในกรณีที่มีเด็กอายุต่ำกว่า 10 ปี ไม่มีสิทธิ์พักในบ้านเยาวชนนอกประเทศตัวเอง หากบ้านเยาวชนมีผู้เข้าเต็มแล้วผู้ดูแลอาจบอกปฏิเสธการจองห้องพักของผู้มีอายุเกินกว่า 30 ปีขึ้นไป เพื่อให้โอกาสแก่ผู้มีอายุน้อยกว่า

การเดินทางของผู้เข้าพักบ้านเยาวชน เป็นการเดินทางตามขีดความสามารถของตนเอง อันได้แก่ เดินทางด้วยการเดิน จักรยาน ยานพาหนะส่วนตัว รถสาธารณะ หรือวิธีอื่นๆที่ประหยัด การเดินทางอาจเป็นการเดินทางตามลำพังหรือเป็นหมู่คณะ

ระยะเวลาในการเข้าพักบ้านเยาวชน จะกำหนดให้ผู้เข้าพักพักได้ไม่เกิน 3 วัน เพื่อให้โอกาสแก่สมาชิกท่านอื่นเข้ามาใช้บริการ แต่ในกรณีบ้านพักที่มีจำนวนเพียงพอผู้ดูแลจะเป็นผู้พิจารณาการเข้าพักต่อของผู้เข้าพัก

จุดประสงค์หลักของผู้เข้าพักบ้านเยาวชน คือ เป็นที่พักในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ชีวิต ในการเรียนรู้โลกให้กว้างขึ้นทั้งจากผู้คน ที่พบปะและความแปลกใหม่ของภูมิประเทศและสภาพแวดล้อม

## 12) มาตรฐานในการจัดบ้านเยาวชนมีลักษณะดังนี้

- (1) อยู่ภายใต้การดูแลของผู้ดูแล
- (2) แบ่งแยกห้องพัก ชาย-หญิง โดยการแยกทางเข้า (แต่ควรมีห้องสำหรับครอบครัวพักร่วมกัน) ซึ่งภายในห้องพักต้องมี เติง ที่นอน หมอน และผ้าห่มที่เหมาะสมสำหรับสภาพอากาศในแต่ละท้องถิ่น
- (3) มีห้องเตรียมอาหาร พร้อมอุปกรณ์อย่างง่าย ๆ สำหรับคนที่อยากเตรียมอาหารเอง เช่น เตา กระทะ หม้อ โดยอาจจะคิดค่าบริการตามเหมาะสมได้
- (4) มีห้องสันทนาการ ห้องโถง เพื่อใช้เป็นพื้นที่สำหรับพบปะสังสรรค์ โดยจัดตามความเหมาะสมของพื้นที่และภูมิอากาศ

มาตรฐานในการจัดบ้านเยาวชน จากการประชุมสมัชชาบ้านเยาวชน IYHF พ.ศ. 2546  
เพิ่มเติม

สิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งอาจมีตามความเหมาะสมของบ้านเยาวชนแต่ละแห่งดังนี้

- ห้องรับฝากสัมภาระ หีบห่อและของใช้ต่างๆ
- ห้องรับแขกของเจ้าหน้าที่
- ที่ฝากของมีค่า
- ที่ตากผ้าหรืออบผ้าให้แห้ง
- ห้องเตรียมอาหาร เก็บอาหาร และอุปกรณ์ในการเตรียมอาหารสำหรับเจ้าหน้าที่เตรียมอาหารแก่ตนเองและผู้เข้าพัก
- ห้องพักสำหรับหัวหน้ากลุ่ม(ผู้ควบคุมการเดินทาง)
- ห้องพยาบาล (หากพื้นที่ไม่เพียงพอ อาจใช้ห้องพักสำหรับหัวหน้ากลุ่มได้)
- ห้องซักรีด สำหรับผู้เข้าพัก
- ห้องซักรีด สำหรับเจ้าหน้าที่
- ห้องสันทนาการ (ซึ่งอาจใช้ห้องอาหารหรือห้องประชุมได้)
- ส่วนประชาสัมพันธ์และเก็บของ ซึ่งผู้ดูแลใช้เป็นที่รับฝากและลงบันทึกการเข้าพัก
- บริการพิเศษต่างๆตามลักษณะของพื้นที่เช่น ค่าเช่าเรือ (กรณีติดชายทะเล) เป็นต้น

โดยที่บ้านพักขนาดเล็กบางแห่งอาจมีมาตรฐานด้อยกว่าระดับที่กำหนดไว้ เนื่องจากสถานะไม่เอื้ออำนวย แต่ข้อแตกต่างดังกล่าวควรจะน้อยลงไปหรือควรยึดถือมาตรฐานตรงกันไว้ โดยเฉพาะในประเทศที่มีเศรษฐกิจดีหรือเจริญแล้ว(สหประชาชาติเป็นผู้กำหนด) จะไม่มีบ้านพักใดที่มีมาตรฐานต่ำกว่าระดับที่กำหนดไว้ แต่ในประเทศกำลังพัฒนามาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวก

อาจผ่อนผันให้ลดหย่อนได้ แต่จะไม่ผ่อนผันมาตรฐานซึ่งเกี่ยวกับ ความสะอาด ความปลอดภัย และการต้อนรับ

## 2.3 งานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย งานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีอุปสงค์ งานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้าและงานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ โรงแรมและสถานพักผ่อนแบบประหยัด

### 2.3.1 การศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีอุปสงค์

Steadmon และ Kasawana (1988) ได้อ้างถึงสิ่งที่ลูกค้าพิจารณาประกอบในการใช้บริการที่พัก นอกเหนือจากประเภท และความต้องการพื้นฐาน ได้แก่

1) ที่ตั้ง (Location) ลูกค้าไม่ได้เลือกโรงแรมเพราะต้องการที่พักเพียงอย่างเดียว แต่การเลือกโรงแรมนั้นยังมีเหตุผลด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางประกอบด้วย เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนลูกค้าจะเลือกโรงแรมในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการบริการด้านการพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจการค้า ลูกค้าจะเลือกโรงแรมในเขตเมืองเพราะสะดวกในการติดต่อธุรกิจหรือโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเขตสถานีขนส่ง เช่น ท่ารถ ท่าเรือ รถไฟ สนามบิน หรือโรงแรมที่ใกล้กับเส้นทางคมนาคมมีเป้าหมายสำหรับลูกค้าที่เดินทางผ่าน (Transit) ดังนั้นการเลือกที่ตั้งโรงแรมมีความสำคัญและต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าในการเดินทาง เนื่องจากโรงแรมเป็นอสังหาริมทรัพย์ หรือ สินทรัพย์ที่เคลื่อนย้ายไม่ได้ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องพิจารณาการเลือกทำเลที่ตั้ง และการจัดการงานบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

2) ราคา (Price) ราคาเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกที่พักของลูกค้า การกำหนดราคาคำนึงอยู่กับประเภท ขนาด และการบริการของโรงแรม ราคาคำนึงกับความพึงพอใจในการรับบริการและการจัดบริการต่างๆแก่ลูกค้า มาตรฐานโรงแรมขนาดใหญ่จะมีห้องพักหรูหราบรรยากาศดีและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกไว้บริการอย่างครบถ้วน เช่น สระว่ายน้ำ สนามกีฬา การจัดบริการด้วยยานพาหนะชั้นเลิศ เป็นต้น โรงแรมดังกล่าวจึงสามารถเก็บค่าบริการได้สูงกว่าโรงแรมซึ่งจัดการบริการอำนวยความสะดวกน้อยกว่า อย่างไรก็ตามการกำหนดราคาที่พักรักษาข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภคประกอบด้วย

3) การจัดความสะดวก (Facility Offered) จัดความสะดวกสบายในเรื่อง ห้องพัก ห้องอาหาร การบริการรถรับส่ง การดูแลเด็ก สถานที่ออกกำลังกาย และการพักผ่อน เป็นองค์ประกอบอย่างหนึ่งในการพิจารณาเลือกใช้บริการของลูกค้า ลูกค้านักธุรกิจอาจจะต้องการอุปกรณ์การสื่อสารและ เครื่องใช้สำนักงานอย่างครบถ้วนเพื่อความสะดวกในการปฏิบัติงาน

4) ขนาด (Size) ขนาดของโรงแรมมีความสำคัญเช่นกับด้านอื่น โรงแรมควรมีพื้นที่ซึ่งสามารถจัดไว้บริการลูกค้าเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและมีบรรยากาศที่ดี ภายในอาคารและห้องพักมีการบริการด้านความสะดวกสบายไว้อย่างครบถ้วน ขนาดของโรงแรมที่ดีไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนห้องพักว่ามีจำนวนมากหรือน้อยแต่ขึ้นอยู่กับการจัดบริการที่ดีไว้บริการลูกค้า อย่างไรก็ตามการจัดบริการที่ดีของโรงแรมขนาดใหญ่ย่อมมีความได้เปรียบกว่าโรงแรมขนาดเล็กเพราะมีพื้นที่และงบประมาณในการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่า

Schiffman และ Kanuk (1994) ได้ศึกษาตัวแปรด้านลักษณะประชากรหรือที่เรียกว่า สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมอันได้แก่ รายได้ การศึกษาและอาชีพ กับพฤติ กรรมการบริโภค จากการศึกษาพบว่าผู้บริโภคมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรมการซื้อสินค้า กล่าวคือ ผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าและบริการที่แตกต่างกันเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน

Chu and Choi (2000) ได้ทำการวิเคราะห์เพื่อหากลุ่มปัจจัยในการเลือกใช้บริการโรงแรมในธุรกิจโรงแรมฮ่องกง เปรียบเทียบระหว่างนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวอิสระโดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ได้เป็น 6 กลุ่มคือ คุณภาพการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ ความคุ้มค่า ห้องพักและฝ่ายบริการส่วนหน้า อาหารและนันทนาการ และความปลอดภัย จากนั้นนำกลุ่มปัจจัยดังกล่าวมาทำการวิเคราะห์ความสำคัญ - การดำเนินงาน (Importance-Performance Analysis) จากการศึกษาพบว่า ความคุ้มค่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการแต่คุณภาพการดำเนินงานโดยรวมอยู่ในระดับควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ ห้องพักและฝ่ายบริการส่วนหน้า และความปลอดภัย พบว่าทั้งในด้านความสำคัญและการดำเนินงานอยู่ในระดับที่ดี ในส่วนของปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ และ อาหารและนันทนาการทั้งด้านความสำคัญและการดำเนินงานอยู่ในระดับต่ำ แต่เมื่อเปรียบกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มแล้ว พบความแตกต่างในการเลือกใช้บริการ คือ ห้องพักและฝ่ายบริการส่วนหน้าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการของนักธุรกิจ ในขณะที่ความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวอิสระ และใช้การความสำคัญและการดำเนินงาน เพื่อศึกษาจุดแข็ง-จุดอ่อน โรงแรม ต่อนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม จากการศึกษาแบบจำลองของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีความคล้ายคลึงกันคือ พิกัดของกลุ่มปัจจัยของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มตกอยู่ในช่วง

เดียวกัน พบว่าปัจจัยความคุ้มค่าอยู่ในช่วง Concentrate Here หรือให้ สนใจส่วนนี้ ปัจจัยคุณภาพ การบริการ ห้องพักและฝ่ายบริการส่วนหน้า และความปลอดภัย อยู่ใน ช่วง Keep Up Good Work หรือ ดีมาก ทำต่อไป สิ่งอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ อาหารและนันทนาการอยู่ในช่วง Low Priority หรือ ลำดับสำคัญต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยคุณภาพการบริการ ห้องพักและฝ่ายบริการ ส่วนหน้า และความปลอดภัย เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยวในการใช้บริการ

Lockyer (2002) ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่คาดว่ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โรงแรมในประเทศนิวซีแลนด์ โดยทำการศึกษาทั้งในส่วนของผู้จัดการโรงแรมและนักท่องเที่ยว ธุรกิจ กำหนดลำดับคะแนนตั้งแต่ 1-5 โดยที่ 1 คะแนน หมายถึงความสำคัญน้อยที่สุด และ 5 คะแนน หมายถึง ความสำคัญมากที่สุด แต่ในส่วนของผู้จัดการโรงแรมจะมีการเพิ่มลำดับคะแนน เป็นตั้งแต่ 0-5 โดยที่ 0 คะแนน หมายถึงไม่ทราบ/ไม่มีความเห็น จากการศึกษาพบว่าทั้ง นักท่องเที่ยวและผู้จัดการโรงแรมมีความเห็นตรงกันว่าปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลในการเข้าพัก ของนักท่องเที่ยว คือ ความสะอาด และพบความแตกต่างของการจัดลำดับ 10 ปัจจัยแรกที่มีอิทธิพล ในการเข้าพักของนักท่องเที่ยว ระหว่างผู้จัดการโรงแรมและตัวนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งอาจก่อให้เกิด การดำเนินการที่ผิดพลาดขึ้นได้ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้จัดการโรงแรมมีการให้คะแนนความสำคัญ ของปัจจัยต่างๆในระดับที่สูงกว่าการให้คะแนนของนักท่องเที่ยวอย่างมาก ซึ่งอาจเกิดจากการที่ ผู้จัดการมีความคุ้นเคยในการบริหารจัดการงานโรงแรมเป็นประจำ และพบว่ามีปัจจัยพิเศษที่มี อิทธิพลในการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในแต่ละเพศ คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเข้าพักของ นักท่องเที่ยวหญิง ได้แก่ ความปลอดภัย อุปกรณ์การทำอาหาร และการตกแต่ง ในขณะที่ปัจจัย พิเศษที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาย ได้แก่ ภัยพิบัติ ความยืดหยุ่นในการเปิด-ปิดบริการอาหาร และความหลากหลายของเครื่องดื่ม

โกศล วัชรโรทน (2542) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการ เลือก ใช้บริการที่พักแรมเกสเฮาส์ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า เหตุผลที่ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการเกสเฮาส์ เพราะเห็นว่าการเข้าพักเกสเฮาส์คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป และรองลง มา คือการพักในเกสเฮาส์ประหยัดค่าใช้จ่ายและชอบบรรยากาศเกสเฮาส์ ตามลำดับ

ปัจจัยด้านสถานที่ในการเลือกใช้บริการเกสเฮาส์ คือความสะอาดและความปลอดภัย

ปัจจัยด้านราคาในการเลือกใช้บริการเกสเฮาส์ คือการแสดงราคาห้องพักไว้อย่างชัดเจน และราคาห้องพักแน่นอนต่อรองไม่ได้

ปัจจัยด้านบริการในการเลือกใช้บริการเกสเฮาส์ คือความสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ของพนักงาน และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลือกใช้บริการเกสเฮาส์ คือการให้บริการตู้നിรัภัย การบริการห้องอาหาร

ปัจจัยด้านสัญลักษณ์ในการเลือกใช้บริการเกสเฮาส์ คือชื่อเสียงของเกสเฮาส์ และระยะเวลาในการเปิดบริการของเกสเฮาส์

ปัจจัยด้านวัสดุสื่อสารในการเลือกใช้บริการเกสเฮาส์ คือการแนะนำด้วยหนังสือแนะนำเที่ยว และคำบอกเล่าปากต่อปาก

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบในระหว่างพักแรมในเกสเฮาส์ คือปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ไม่มีกระดาษชำระบริการในห้องน้ำ ปัญหาด้านวัสดุและการสื่อสาร คือคนขับรถแท็กซี่หรือตุ๊กตุ๊กสร้างควมรำคาญเมื่อมาถึงสนามบิน สถานีรถไฟ หรือสถานีขนส่ง

### 2.3.2 การศึกษาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของลูกค้า

Cadotte; Robert และ Roger (1987) ได้ศึกษาความพึงพอใจของคน ที่มารับประทานอาหาร ในร้านอาหาร 3 แห่งที่แตกต่างกัน ได้แก่ ร้านอาหารจานด่วน ร้านอาหารแบบครอบครัว และร้านอาหารแบบพิเศษ โดยใช้การวัดความพึงพอใจเกี่ยวกับความรู้สึกด้านคุณลักษณะ เช่น มีความสุขหรือไม่มีความสุข รู้สึกอบอุ่นหรือไม่อบอุ่น รู้สึกดีหรือรู้สึกแย่ เป็นต้นในรูปแบบ 2 ขั้ว (Bipolar) ให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนความพึงพอใจตั้งแต่ 1- 5 โดยที่ระดับ 1 เป็นระดับต่ำที่สุด และระดับ 5 เป็นระดับสูงที่สุด จากการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของลูกค้าสามารถวัดได้จากความแตกต่างระหว่างผลการดำเนินงานของร้านอาหารกับประสบการณ์พื้นฐานของผู้บริโภค

Rowe (1988) ศึกษาเหตุที่ทำให้โรงแรมไม่ประสบผลสำเร็จ พบว่างานบริการโรงแรมหลายแห่งที่ทำให้ลูกค้าไม่พึงพอใจต่อบริการที่ได้รับ ปัจจัยที่มีส่วนทำให้การบริการไม่มีคุณภาพเป็นผลมาจาก การสรรหาพนักงาน ทักษะคน การเตรียมความพร้อม การให้อำนาจและความผูกพันของพนักงาน ความล้มเหลวของการบรรจุพนักงานเกิดจากผู้จัดการจำนวนมากไม่ได้จ้างบุคคลที่เหมาะสมกับงานนั้นๆ หากพิจารณาจากจุดนี้แล้วก็มีความเป็นไปได้ว่าปัญหาใหญ่ที่โรงแรมทั้งหลายกำลังเผชิญอยู่ คือการที่ลูกค้ามีโอกาสพบปะมีปฏิสัมพันธ์กับพนักงานหลายคนและหลายครั้งในแต่ละวัน และเมื่อพบกับบริการที่ไม่เหมาะสมแค่เพียงครั้งเดียวก็จะฝังใจจนทำให้เกิดความรู้สึกทางลบได้ การให้บริการที่ดีแก่ลูกค้านั้นต้องเตรียมตัวและให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมให้กับพนักงานเพื่อให้เกิดการทำงานที่ดี นั้นหมายรวมถึงการให้พนักงานได้รับรู้และมีความเข้าใจถึงกิจกรรมหรือบริการด้านต่างๆของโรงแรม ให้โอกาสพนักงานแสดงความสามารถแสดงความคิดเห็นเชิงลบในการบริหารจัดการโรงแรม หรือเสนอความคิดเห็นต่อวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ



Bitner; Boom และ Teltrault (1990) ได้ศึกษาถึงเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และไม่พึงพอใจในปฏิสัมพันธ์การบริการ โดยผู้ใช้บริการสายการบิน โรงแรม และภัตตาคาร เกี่ยวกับเหตุการณ์สำคัญ (Critical Incident) ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการรับบริการจากองค์กรเหล่านั้น จากการศึกษานี้พบว่ากลุ่มลูกค้าทั้งสามกลุ่มได้ระบุเหตุการณ์สำคัญทั้งหมด 700 เหตุการณ์ สามารถนำมาแยกประเภท และจัดเป็นกลุ่มใหญ่ๆ ได้ 3 กลุ่ม ซึ่งเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในปฏิสัมพันธ์การบริการ ได้แก่

- 1) การตอบสนองของพนักงานต่อความล้มเหลวในการบริการ เช่นการตอบสนองต่อบริการที่ล่าช้าอย่างไม่มีเหตุผล หรือ ความล้มเหลวอื่นๆ
- 2) การตอบสนองของพนักงานต่อความต้องการของผู้บริโภค เช่นการตอบสนองต่อความต้องการพิเศษของลูกค้า
- 3) การปฏิบัติงานของพนักงาน เช่นความไม่เอาใจใส่ กิริยามารยาทไม่เรียบร้อย เป็นต้น

Taylor และ Claxton (1990) ได้ศึกษาถึงผลกระทบของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากการรอคอยรับบริการที่มีต่อการประเมินผลบริการโดยรวม โดยทำการสัมภาษณ์ผู้บริโภคซึ่งเป็นกลุ่มผู้โดยสารเครื่องบินซึ่งประสบกับการเลื่อนกำหนดเวลา (Delayed Passengers) คำถามในการสัมภาษณ์จะเกี่ยวกับความรู้สึกของผู้บริโภคก่อนการเดินทาง และปฏิบัติการที่มีต่อการบริการของสายการบิน เปรียบเทียบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องเลื่อนการเดินทาง (Nondelayed Passengers) จากการศึกษพบว่า การรอคอยมีผลกระทบอย่างมากต่อการประเมินผลของบริการโดยรวมและความพึงพอใจของผู้บริโภค

Wathins (2000) ได้ศึกษาเรื่องความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า พบว่าลูกค้าจะพอใจการบริการของโรงแรมจากข้อพิจารณา 10 ประการ คือผู้ประกอบการควรเตรียมความพร้อมเรื่องความปลอดภัยด้านต่างๆ ในโรงแรม ความสะอาด ความคุ้มค่าเงิน บรรยากาศที่ดี ผู้ประกอบการควรดูแลโรงแรมให้ดูดีเสมอ พนักงานควรตอบสนองความต้องการ และแก้ปัญหาให้ลูกค้าอย่างรวดเร็ว อาหารและเครื่องดื่มต้องมีคุณภาพ ที่นอน หมอน ควรจะมีรูปแบบที่ทันสมัย รูปร่างเหมาะสม ความแรงของน้ำควรมีมากพอ ไม่อ่อน ไม่แรงจนเกินไป โรงแรมควรมีที่ตั้งที่เหมาะสม หาง่าย การเดินทางสะดวก การบริหารงานจะต้องคล่องตัว ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว

Spinelli และ Canavos (2000) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานของโรงแรมจำนวน 6 แห่งในประเทศสหรัฐอเมริกา เพราะเชื่อว่าหากพนักงานมีความพึงพอใจในการทำงานจะส่งผลให้ลูกค้ามีความพอใจในการบริการและจะก่อให้เกิดการใช้บริการซ้ำขึ้น และส่งเสริมการชักชวนใช้บริการระหว่างกลุ่มลูกค้า โดยศึกษาถึงปัจจัยกำหนดความพึงพอใจของลูกค้าและพนักงาน และการเชื่อมโยงระหว่างความพึงพอใจของ

พนักงานและลูกค้า ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการโรงแรม แห่งละ 100 ตัวอย่าง รวมทั้งหมดจำนวน 600 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวังก่อนเข้าพักและความพึงพอใจในการรับบริการทั้งหมดในโรงแรมหลังจากเข้าพักแล้ว จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ ระดับความพอใจเกี่ยวกับห้องพัก อาหาร ความสะอาด อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในห้อง ความคุ้มค่าจากเงินที่เสียไป การให้บริการของพนักงาน และการแนะนำแก่ญาติและเพื่อนในอนาคต โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ( พึงพอใจมาก ) และ 1 (ไม่พึงพอใจอย่างมาก) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ได้แก่ ความเป็นมิตรของพนักงาน ประสิทธิภาพและความรวดเร็วของพนักงาน ความสะอาด การตอบสนองของพนักงานต่อความต้องการของลูกค้า และการแนะนำบุคคลอื่นๆต่อไป นอกจากนี้ยังได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของพนักงานในการโรงแรม 6 แห่ง แห่งละ 40 ตัวอย่าง รวมทั้งหมดจำนวน 240 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามในลักษณะคำถามจำนวน 17 ข้อ เกี่ยวกับการดำเนินงาน การบริหารงาน การบริการลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการและความสัมพันธ์ของพนักงานที่มีความสุขในการทำงานกับความพึงพอใจของผู้บริโภค ด้วยคำถามเดียวกันในแง่ของแต่ละบุคคล(พนักงาน / ลูกค้า) เช่นหากพนักงานเห็นว่าตนเองบริการลูกค้าอย่างเอาใจใส่แล้ว ลูกค้าจะต้องรู้สึกในทิศทางเดียวกันด้วย จากการศึกษาพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีความสุขและเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการจากพนักงานในทุกด้าน

Tat และ Raymond (2001) ศึกษาปัจจัยกำหนดความพึงพอใจของลูกค้าและการอุดหนุนซ้ำ ในอุตสาหกรรมโรงแรมของฮ่องกงจำนวน 7 แห่ง ทำการศึกษาหาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อการใช้บริการ และรายได้ที่เป็นไปได้จากการท่องเที่ยว โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรใน 7 กลุ่ม คือ ปัจจัยคุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่ ปัจจัยคุณภาพห้องพัก ปัจจัยการบริการเสริม ปัจจัยบริการทางธุรกิจ ปัจจัยคุณค่า ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า คือ คุณภาพการบริการของเจ้าหน้าที่ คุณภาพห้องพัก คุณค่า และนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจจะมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมเดิมที่เคยพัก ซึ่งสนับสนุนแนวความคิดที่ว่า ความพึงพอใจก่อให้เกิดการซื้อซ้ำ

Yang (2004) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการเรียนรู้ขององค์กร และความรู้ด้านคุณภาพของ โรงแรมระหว่างประเทศในไต้หวันจำนวน 2 แห่ง โดยทำการศึกษาในกลุ่มพนักงานที่ทำงานในส่วนทรัพยากรมนุษย์ ส่วนข้อมูลข่าวสาร และส่วนที่พัก ที่มีการทำงานอย่างใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวผู้ใช้บริการที่มีอายุงานอย่างต่ำ 6 เดือนขึ้นไป โดยการสัมภาษณ์ถึงทัศนคติ ความรู้เกี่ยวกับการทำงาน เช่น ความคิดด้านการดำเนินงาน พฤติกรรม ขั้นตอนมาตรฐานในการดำเนินงาน รูปแบบงาน ข้อมูล และกลยุทธ์ในการแข่งขัน และความรู้เกี่ยวกับลูกค้า และข้อคิดเห็นส่วนตัวพนักงาน จาก

การศึกษาพบว่า การเรียนรู้ขององค์กร และความรู้ด้านคุณภาพเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มความพึงพอใจแก่ลูกค้า และโรงแรมจำเป็นต้องตระหนักในการให้ความรู้แก่พนักงาน โรงแรมในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการลูกค้า

Nash; Thyne และ Davies (2005) ได้ศึกษาระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่อที่พักราคาประหยัด ทำการศึกษาในกลุ่มนักท่องเที่ยวสะพายเป้และบ้านพักเยาวชนนานาชาติสกอตแลนด์ โดยศึกษาใน 7 ส่วน ได้แก่ การพักผ่อนในสกอตแลนด์ เหตุผลในการเดินทางท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก การใช้จ่าย แหล่งข้อมูลข่าวสารและข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนเพื่ออธิบายระดับความสำคัญ/ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการ 7 ระดับ คือ ความสำคัญมากที่สุด/พึงพอใจมากที่สุด ได้ 7 คะแนน และมีความสำคัญน้อยที่สุด/พึงพอใจน้อยที่สุดได้ 1 คะแนน ตามลำดับ จากนั้นนำผลคะแนนมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสำคัญและความพึงพอใจ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้าพักและปัจจัยที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ได้แก่ ความสะอาดของห้องพัก ความคุ้มค่า และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกแบบช่วยเหลือตนเอง และพบว่าความสะอาดของห้องพักเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อนักท่องเที่ยวและมีผลชักนำที่จะก่อให้เกิดความพึงพอใจทางบวกในด้านต่างๆตามมา

อุดมศักดิ์ แนวจิตร (2545) ได้ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภายในอุทยานแห่งชาติแจ้ซ้อนจังหวัดลำปาง จำนวน 200 ราย ทำการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่าง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการ ต่อการจัดสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยนำเอาแนวความคิดทฤษฎีสี่ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ซึ่งเป็นตัวแปรทางการตลาดซึ่งสามารถควบคุมได้ 4 ประการ (4 Ps) ประกอบด้วย คาดหวังและความพึงพอใจด้านการจัดสภาพแวดล้อมด้านพื้นที่ ด้านการจัดการโดยรวม กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ และการให้มีส่วนร่วมมาใช้ในการศึกษา กำหนดลำดับคะแนนตั้งแต่ 1-5 โดย 1 คะแนน หมายถึงความพึงพอใจน้อยที่สุด และ 5 คะแนน หมายถึง ความพึงพอใจมากที่สุด แล้วทำการเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนใช้บริการ และความพึงพอใจหลังใช้บริการ จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการจัดสภาพแวดล้อมด้านพื้นที่ และการให้มีส่วนร่วมในระดับสูง แต่มีความคาดหวังระดับปานกลางต่อการจัดการโดยรวมและกิจกรรมศึกษาธรรมชาติ แต่ก็พบว่าความคาดหวังและความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันทั้ง 4 ด้าน

การศึกษาครั้งนี้ได้นำเอาแนวทางการวิเคราะห์ของHomburg และ Rodolph (2001) ซึ่งเป็น การวิเคราะห์โดยใช้ การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) มาประยุกต์ใช้ เพื่อหาระดับความพึงพอใจของลูกค้าและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้า

### 2.3.3 งานวิจัยและการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรม และสถานพักผ่อนแบบประหยัด

ปิยนาท ทัพพะสุต (2538) ศึกษารูปแบบของบ้านเยาวชนในประเทศไทย เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างบ้านเยาวชนแห่งใหม่ให้เหมาะกับสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี โดยพิจารณาถึง ทำเลที่ตั้ง การออกแบบที่พัก ลักษณะการใช้พื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่าที่ตั้งของบ้านเยาวชนมีผลต่อการออกแบบที่แตกต่างกัน โดยบ้านเยาวชนในเมืองหลวง หรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวควรออกแบบให้สื่อถึงความสะดวกทันสมัยเป็นสากล แต่มีการนำรูปลักษณะท้องถิ่นมาผสม ส่วนบ้านเยาวชนในชนานเมือง หรือชนบทควรออกแบบให้เน้นถึงบรรยากาศท้องถิ่นเป็นสำคัญ

Fiorentino (1995) ได้ทำการวิเคราะห์ ที่พักราคาประหยัดว่าไม่ใช่ผลิตภัณฑ์รองของธุรกิจโรงแรม ด้วยวิธีการยุทธศาสตร์การมองการณ์ล่วงหน้า (Strategic Perspective) เนื่องจากที่พักราคาประหยัดแสดงถึงนวัตกรรมใหม่ของธุรกิจโรงแรมว่า เป็นกุญแจสำคัญในการประสบความสำเร็จทางธุรกิจโรงแรมที่พักราคาประหยัดเป็นผลของการตัดสินใจบริหารเชิงกลยุทธ์ ในธุรกิจอุตสาหกรรมโรงแรมนานาชาติ และเป็นผลผลิตที่ก่อให้เกิดโอกาสในการเจริญเติบโตของตลาดการโรงแรมทั้งในและต่างประเทศ โดยการขยายภาคการตลาดกลุ่มใหม่ เนื่องจากแนวความคิดที่พักราคาประหยัดเสนอมูลค่าที่มากขึ้นของเงินแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตระหนักด้านมูลค่า จากการศึกษาพบว่าที่พักราคาประหยัดเป็นตัวแทนกลยุทธ์หลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมโดยมีพื้นฐานจากการนำเสนอหลักการผลผลิตเฉพาะ ในภาคที่พักราคาไม่แพงเป็นหลักการใหม่ของการโรงแรมที่ซึ่งขึ้นอยู่กับ 3 ปัจจัยหลัก คือ ชื่อผลิตภัณฑ์(Branded product) ความคุ้มค่า(Value for money) และระดับการบริการ (Service consistency) และแนวความคิดนี้ยังเหมาะสำหรับการขยายตลาดและการดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวนานาชาติ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2543) ได้ทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับเรื่อง “นักท่องเที่ยวสะพายเป้ ตลาดมูลค่ากว่าสามหมื่นล้านบาท” สรุปว่า นักท่องเที่ยวปัจจุบันที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบประหยัดหรือ นักท่องเที่ยวสะพายเป้ (Backpacker) ได้กลายเป็นตลาดท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็ว และไม่จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มที่มีกำลังซื้อต่ำเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง แลรวมไปถึงกลุ่มที่มีอายุสูงขึ้นที่มีการนิยมเดินทางแบบประหยัดมากขึ้น โดยในปี 2543

นักท่องเที่ยว สะพายเป้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยสูงถึง 32,000 ล้านบาท แม้ว่านักท่องเที่ยวเหล่านี้จะมีการใช้จ่ายอย่างประหยัดซึ่งอยู่ในอัตราที่ต่ำกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป แต่เมื่อพิจารณาภาพรวมแล้ว นักท่องเที่ยวแบบสะพายเป้ส่วนใหญ่จะใช้ระยะเวลาในการพักผ่อนและท่องเที่ยวภายในประเทศไทยยาวนานกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป จึงเป็นเหตุให้รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวสะพายเป้เหล่านี้อยู่ในระดับสูงใกล้เคียงกับนักท่องเที่ยวทั่วไป

Reichel; Lowengart และ Milman (2000) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ คุณภาพบริการและการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวชนบทในอิสราเอล โดยได้นำโมเดลของGronroos (Gronroos's Model) มาใช้ในการวิเคราะห์ซึ่งเน้นความแตกต่างระหว่างคุณภาพที่คาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากการบริการ ( Expect quality of service) และการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับจริง (Actual quality of service experienced) มาใช้แล้วทำการพิจารณาเปรียบเทียบความคาดหวังและประสบการณ์ในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวเพื่อกำหนดคุณภาพบริการที่เกิดขึ้นว่า มากกว่า เท่ากับ หรือน้อยกว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยศึกษาเป็น 2 ส่วนคือ ก่อนใช้บริการ และ หลังใช้บริการ กำหนดลำดับคะแนนตั้งแต่ 1-5 โดย 1 คะแนน หมายถึงระดับน้อยที่สุด และ 5 คะแนน หมายถึง ระดับมากที่สุด จากการศึกษาพบความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริการว่า ส่วนของการวางตัวของพนักงาน คุณภาพการบริการ ความสะอาด เครื่องปรับอากาศ ระดับราคา ทิวทัศน์ห้องพักและบริเวณโดยรอบ กิจกรรมสำหรับเด็ก ห้องน้ำและอุปกรณ์ อุปกรณ์ภายในห้องครัว การตกแต่งภายในห้องพัก และกิจกรรมที่จัดไว้บริการ มีการบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวควรได้รับการปรับปรุง แต่ในส่วนของการบริการของห้องพัก ข้อมูลกิจกรรมที่เผยแพร่ ขนาดห้องพัก สามารถก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2546) ศึกษารูปแบบการดำเนินกิจการที่พักรวมแบบประหยัด จากการศึกษาพบปัญหาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและต้องการการแก้ไขประกอบด้วย ปัญหาเรื่องห้องน้ำรวม ความสะอาดของห้องน้ำและห้องพัก ปัญหาเสียงรบกวนจากภายในและภายนอกอาคาร ขนาดที่พักลึกเกินไป เสียงรบกวนจากถนนและยานพาหนะ ห้องน้ำน้อยเกินไป น้ำอุ่นไม่เพียงพอ การไม่มีที่พักร่วมรวม ความไม่สะดวกในการใช้โทรศัพท์ และปัญหาการสื่อสารด้านภาษากับนักท่องเที่ยว

อนุพันธ์ กิจพันธ์พานิช (2546) ได้กล่าวถึงปัญหาในการปฏิบัติงานโรงแรม ได้แก่ปัญหาเกี่ยวกับแขกที่มาเข้าพัก ประกอบด้วย แขกมาเข้าพักโรงแรมแต่ไม่มีข้อมูลการจอง ปัญหาห้องพักเต็ม การพักเกินกำหนดเวลา ปัญหาเสียงดัง ความต้องการพิเศษของแขกผู้เข้าพัก ปัญหาเกี่ยวกับอาหาร ปัญหาเกี่ยวกับการชำระเงิน ปัญหาด้านมาตรการรักษาความปลอดภัย และปัญหาที่เกิดจากพนักงาน