



คณะวิทยาการจัดการ  
Faculty of Management Science

# รายงานสืบเนื่อง

## การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2563



“Green Growth: Management, Environmental  
and Social Sustainability”

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Faculty of Management Science  
Silpakorn University



คำสั่งคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ 16/2563

เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ  
โครงการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2563

ตามที่คณะกรรมการจัดการ ได้กำหนดจัดการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 8 ประจำปี 2563 ในวันศุกร์ที่ 22 พฤษภาคม 2563 เพื่อเป็นเวทีการนำเสนองานวิชาการ วิจัย และผลงานสร้างสรรค์ ในระดับชาติ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยตามวัตถุประสงค์ อาศัยอำนาจตามความมาตรา 40 แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2559 จึงขอแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายพิจารณาผลงานทางวิชาการ เพื่อทำหน้าที่ประเมินผลงานทางวิชาการ ดังผู้รายนามต่อไปนี้

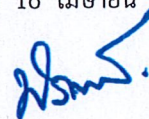
- |   |               |
|---|---------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย อารักษ์โพฆมงค์ | ประธานกรรมการ |
| 2. ศาสตราจารย์ ดร.พรศักดิ์ ศรีอมรศักดิ์         | กรรมการ       |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร     | กรรมการ       |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ       | กรรมการ       |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก           | กรรมการ       |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา         | กรรมการ       |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.นันทินิตย์ วานิชชีวะ       | กรรมการ       |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์           | กรรมการ       |
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์           | กรรมการ       |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทร์ พลอยแหวน            | กรรมการ       |
| 11. รองศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ วิจิตรพัชราภรณ์   | กรรมการ       |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์  | กรรมการ       |
| 13. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรธีร์ธัญ     | กรรมการ       |
| 14. รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์      | กรรมการ       |
| 15. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒนา ธาดานิติ          | กรรมการ       |
| 16. รองศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา นิยมภา             | กรรมการ       |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฎา พรรณราย         | กรรมการ       |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ รักษาติเจริญ    | กรรมการ       |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกตุวดี สมบูรณ์ทวี    | กรรมการ       |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต   | กรรมการ       |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกศราพร พรหมนิมิตกุล  | กรรมการ       |

22.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตพนธ์ ขุมเกตุ	กรรมการ
23.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตศักดิ์ พุดมจร	กรรมการ
24.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	กรรมการ
25.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัครกะวณิชชา	กรรมการ
26.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐธนา สิริหรัตนรักษ์	กรรมการ
27.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทิพย์สุดา พุดมจร	กรรมการ
28.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนภฤต สังข์เฉย	กรรมการ
29.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นายแพทย์ภูติท เตชาติวัฒน์	กรรมการ
30.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป ฉัตรสุภางค์	กรรมการ
31.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพล เปรมทองสุข	กรรมการ
32.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญา มีสุข	กรรมการ
33.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะพงษ์ จันทร์ใหม่มูล	กรรมการ
34.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง	กรรมการ
35.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญรติ จันทร์ภักดิ์	กรรมการ
36.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภพ สวัสดิ์	กรรมการ
37.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณีรัตน์ สุขเกษม	กรรมการ
38.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า	กรรมการ
39.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระชานนท์ ทวีผล	กรรมการ
40.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระบิล พันภัย	กรรมการ
41.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนิยา บังเมฆ	กรรมการ
42.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐพล อันแดง	กรรมการ
43.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
44.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	กรรมการ
45.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว	กรรมการ
46.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สวรรยา ธรรมอภิพล	กรรมการ
47.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัตยา ตันจันทร์พงศ์	กรรมการ
48.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	กรรมการ
49.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิรัตน์ กิตติพงษ์วิเศษ	กรรมการ
50.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรมงคล นิมจิตต์	กรรมการ
51.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสนีย์ พวงยาณี	กรรมการ
52.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา	กรรมการ
53.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรรถพงศ์ พิระเชื้อ	กรรมการ
54.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา สโรบล	กรรมการ
55.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาชวีภุชญา น้อมเนียน	กรรมการ
56.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสราภรณ์ ทนุผล	กรรมการ
57.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล	กรรมการ
58.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จอมภักดิ์ คลังระหัด	กรรมการ
59.	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดาวลอย กาญจนมณีเสถียร	กรรมการ

60. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนันท หอมสุด	กรรมการ
61. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นาทยา อยู่คง	กรรมการ
62. อาจารย์ ดร.กนิษฐา แยมโพธิ์ใช้	กรรมการ
63. อาจารย์ ดร.กฤษฎา พรประภา	กรรมการ
64. อาจารย์ ดร.โกสินทร์ เตชะนิยม	กรรมการ
65. อาจารย์ ดร.จันทิมา บรรจงประเสริฐ	กรรมการ
66. อาจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย	กรรมการ
67. อาจารย์ ดร.ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง	กรรมการ
68. อาจารย์ ดร.ชัชฌิพงษ์ ศรีโชตินิศากร	กรรมการ
69. อาจารย์ ดร.ฐิติกรณ์ ยาวีไชย จารึกศิลป์	กรรมการ
70. อาจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร	กรรมการ
71. อาจารย์ ดร.ฐิติมา เวชพงศ์	กรรมการ
72. อาจารย์ ดร.ดวงกมล บุญแก้วสุข	กรรมการ
73. อาจารย์ ดร.ทิพวรรณ กำศิริมงคล	กรรมการ
74. อาจารย์ ดร.ธีรวัช สุขวิสัยศิริณู	กรรมการ
75. อาจารย์ ดร.นพดล โทวิชัยกุล	กรรมการ
76. อาจารย์ ดร.นพรัตน์ บุญเพียรผล	กรรมการ
77. อาจารย์ ดร.นฤมล อรุโณทัย	กรรมการ
78. อาจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว	กรรมการ
79. อาจารย์ ดร.บุษริน วงศ์วิวัฒนา	กรรมการ
80. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์	กรรมการ
81. อาจารย์ ดร.ปริญญา นาคปฐม	กรรมการ
82. อาจารย์ ดร.ปริญญา หุ่นโพธิ์	กรรมการ
83. อาจารย์ ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล	กรรมการ
84. อาจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ	กรรมการ
85. อาจารย์ ดร.พลอย สุดอ่อน	กรรมการ
86. อาจารย์ ดร.ภคศญา ปิยนุสรณ์	กรรมการ
87. อาจารย์ ดร.ภาวิณฑนา เจริญบุญ	กรรมการ
88. อาจารย์ ดร.ภาสนันทน อัครวัฑฒ์	กรรมการ
89. อาจารย์ ดร.เมษธาวิณ พลโยธี	กรรมการ
90. อาจารย์ ดร.รักษนก โสภาศิต	กรรมการ
91. อาจารย์ ดร.รุ่งทิพย์ จันทร์ธนะกุล	กรรมการ
92. อาจารย์ ดร.วงศ์ลัดดา วีระไพบูลย์	กรรมการ
93. อาจารย์ ดร.วัชระ เวชประสิทธิ์	กรรมการ
94. อาจารย์ ดร.ศรายุทธ แสนมี	กรรมการ
95. อาจารย์ ดร.ศิระ ศรีโยธิน	กรรมการ
96. อาจารย์ ดร.ศิริพร เผือกผ่อง	กรรมการ
97. อาจารย์ ดร.สังจวัฒน์ จารึกศิลป์	กรรมการ

98.	อาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี	กรรมการ
99.	อาจารย์ ดร.สุนี คำนวลศิลป์	กรรมการ
100.	อาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร	กรรมการ
101.	อาจารย์ ดร.อัญจมา บุญपालิต	กรรมการ
102.	อาจารย์ ดร.มรกต กำแพงเพชร	กรรมการ
103.	ดร.จิรภิญญา สันนิภางกูร	กรรมการ
104.	อาจารย์ รชกร วชิรสิโรตม	เลขานุการ
105.	นางสาวสุนิสา วงศ์ประทุม	ผู้ช่วยเลขานุการ

สั่ง ณ วันที่ 16 เมษายน พ.ศ. 2563



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่พักรีสเทลแบบหรรษา (Poshtel)  
กรณีศึกษา โพล์คพอสเทลอศก: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก

FORMS AND STRATEGIES OF POSHTEL BUSINESS  
CASE STUDY FOLK POSHTEL ASOK: A GROUNDED THEORY STUDY

รัชมมงคล ทองหล่อ<sup>1</sup> ธนาภรณ์ พรหมสิทธิ์<sup>2</sup> มานิตา อัครปริชานนท์<sup>2</sup>  
วรพรรณ นิคณา<sup>2</sup> วิรินทร์ญา อัครเจริญภูวสิน<sup>2</sup> และ ศุภมาส สังห์ราย<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่พักรีสเทลแบบหรรษา (Poshtel) กรณีศึกษา โพล์คพอสเทลอศก : การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ประกอบการ พนักงาน และผู้ใช้บริการจำนวน 10 คน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่พักรีสเทลแบบหรรษา กรณีศึกษา สามารถอธิบายรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่พักรีสเทลแบบหรรษา แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) รูปแบบการดำเนินธุรกิจ 2) รูปแบบและกลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการออกแบบตกแต่ง 3) กลยุทธ์ทางการตลาด 4) แผนภาพพิมพ์เขียวบริการ ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางและสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ โดยนำการสร้างเนื้อหาทางการตลาด มาใช้ในด้านกรสร้างผลงาน ผ่านแพลตฟอร์มประเภทภาพเคลื่อนไหว เช่น การเปิดช่องยูทูป เพื่อสร้างภาพจำในเชิงบวกให้ผู้ใช้บริการ รวมไปถึงควรสร้างโปรแกรมด้านการท่องเที่ยวในธุรกิจของตน โดยนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทยผสมผสานกับความหรรษา ตลอดจนนำระบบบริหารสัมพันธ์ผู้ใช้บริการมาใช้สื่อสารกับผู้ใช้บริการ เพื่อรักษาสถานะผู้ใช้บริการเดิม ตลอดจนเป็นแนวทางการเติบโตของธุรกิจให้มีความมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : รูปแบบและกลยุทธ์ พอสเทล ธุรกิจ

Abstract

This qualitative research was conducted to study the forms and strategies of the poshtel business from the case study of Folk Poshtel Asok : a grounded theory study by using the grounded theory research method. The information was collected by an in-depth interview with 10 key informants including entrepreneurs, employees, and customers. The study found that the forms and strategies of the poshtel

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร (Ratchamongkhon Thonglor, Lecture Bachelor of Business Administration Program in Hotel Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University. mr.ratchamongkhon@gmail.com)

<sup>2</sup> นักศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรบริการธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี (Student of Bachelor of Business Administration Program in Hotel Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University.)

business from the case study of Folk Poshtel Asok can be analyzed and divided into 4 forms which are 1) Forms of Business consisting 2) Forms and strategies of business in design and decoration composed 3) Marketing strategies consisting 4) service blueprint composed. The recommendations from this study are provided to be a business guideline and strategy. The researchers suggest that entrepreneurs should apply a content marketing strategy to generate content via animation platforms, such as opening a YouTube channel, in order to build a positive brand image toward customers. They should also create tourism programs in their business by combining Thai identity with luxury and adopt customer relationship management to communicate with customers so that they can retain their customers' loyalty. Moreover, these can be used as a guideline of stable and sustainable business growth.

**Keywords:** Forms and Strategies Poshtel Business

## 1. บทนำ

การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของผู้ใช้บริการชาวต่างชาติทำให้เกิดความต้องการพักในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ที่พักในรูปแบบโฮสเทล (Hostel) เป็นที่พักรูปแบบหนึ่งที่มีความสนใจจากผู้ใช้บริการมายาวนาน โดยกลุ่มธุรกิจโฮสเทลในประเทศไทยเริ่มขึ้นในปี พ.ศ.2514 มีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ผู้ใช้บริการอายุ 15-26 ปี ที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียว (Supangkaratana, 2009) ในอดีตโฮสเทลถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองผู้ให้บริการที่ต้องการที่พักราคาประหยัด ทำให้คุณภาพของห้องพักส่วนมากไม่ได้มาตรฐาน มีขนาดพื้นที่ใช้สอยคับแคบ เนื่องจากต้องบรรจุเตียงเข้าไปเป็นจำนวนมาก ซึ่งรองรับผู้ให้บริการได้จำกัดเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าปกติ ส่งผลให้ไม่สามารถคัดกรองผู้ให้บริการที่เข้ามาพัก รวมทั้งการรักษาความปลอดภัยของผู้ใช้บริการรายอื่น ๆ อย่างไรก็ตามธุรกิจโฮสเทลแบบใหม่จึงเกิดขึ้นด้วยการปรับรูปแบบของธุรกิจให้สามารถเข้าถึงความต้องการของผู้ใช้บริการที่มีความหลากหลาย มีกำลังในการจ่ายที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งความต้องการความเป็นส่วนตัว และขอความสะดวกสบายมากขึ้น จึงเป็นที่มาของธุรกิจที่พักประเภทโฮสเทลแบบหรูหร่า (เกียรติรัตน์ จินตามณ, 2561)

สำหรับโฮสเทลแบบหรูหร่า (Poshtel) เป็นการรวมตัวกันของความหรูหร่าในรูปแบบการบริการของโรงแรมกับความเรียบง่ายสบาย ๆ ของโฮสเทลเนื่องด้วยราคาที่ไม่ว่างมากแต่ยังคงบรรยากาศตามแบบโฮสเทลดั้งเดิม และยังได้รับความสะดวกสบายเหมือนอยู่โรงแรม หากพิจารณาในเชิงของการบริหารจัดการ เป็นการหยิบนำข้อดี และ ข้อเสียของโฮสเทลกับโรงแรมเข้ามาพัฒนาพร้อมกัน ก่อให้เกิดที่พักที่ตรงต่อความต้องการผู้บริการมากที่สุด (ณัฐพร สุวรรณวิศลกิจ, 2560)

จากสถานการณ์ทางการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมที่กลุ่มผู้ประกอบการมีการนำกลยุทธ์มาใช้สร้างความอยู่รอดด้วยการยกระดับคุณภาพของบริการที่มีความแตกต่างให้กับธุรกิจมากที่สุด รวมทั้งการคิดค้นพัฒนาปรับปรุงรูปแบบ ของกระบวนการให้บริการที่แปลกใหม่ เพื่อตอบสนองกับความต้องการของผู้บริการที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยเฉพาะกลุ่มโรงแรมขนาดกลางที่ชื่อเสียงยังไม่เทียบเท่าโรงแรมขนาดใหญ่ เช่น โฮสเทล, โฮสเทลแบบหรูหร่า เป็นต้น เช่นเดียวกับการใช้อินเทอร์เน็ตในการสำรองห้องพัก และการสื่อสารออนไลน์ ช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริการได้มากยิ่งขึ้น (มาร์เก็ตเทียร์, 2559) อย่างไรก็ตามการเดินทางของผู้บริการสมัยใหม่ยังสามารถเดินทางด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาบริษัทนำทัวร์ รวมถึงการค้นหาข้อมูลของกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ทำให้การสำรองห้องพักมีความ

ความสะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น โดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นตัวกลางในการให้บริการ จากตัวแทนผู้ให้บริการออนไลน์และเว็บไซต์ที่มีการจัดอันดับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีรูปภาพ รวมทั้งอธิบายสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รีวิวจากผู้เข้าพักจริง เช่น เว็บไซต์ อโกต้า, โฮสเทลเวิลด์, ทริปแอดไวเซอร์, เอ็กซ์พีเดีย หรือ บุกี้ดอทคอม เป็นต้น (พิมพ์วิวัฒน์ นพกิจกำจร, 2559)

จากที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า ผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการสร้างรูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ และจะต้องควบคุมกระบวนการให้บริการให้มีมาตรฐานอยู่เสมอ อีกทั้งยังต้องทราบจุดแข็งและอ่อนของธุรกิจ เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ และลดความเสี่ยงของกิจการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังทำหน้าที่คัดเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติและทักษะที่เหมาะสมเข้าทำงาน วางแผนการดำเนินงาน และมีความรับผิดชอบส่วนที่สำคัญส่วนอื่น ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจโพลีคอปเทล ในการสร้างนวัตกรรมทางธุรกิจ เพื่อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการใช้เป็นแนวทางการ

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่พิกโฮสเทลแบบหรรษา (Poshtel) กรณีศึกษา โพลีคอปเทล ลอโคก : การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก

## 3. การทบทวนวรรณกรรม

การกำหนดรูปแบบธุรกิจ คือ เครื่องมือสำคัญในการวางแผนธุรกิจที่จะช่วยให้เห็นภาพ (Visualizing) ได้อย่างครบถ้วน นอกจากนี้ยังส่งเสริมการกำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ประเมินความสำเร็จของแผนงาน และการเลือกรูปแบบธุรกิจที่มีประสิทธิภาพตลอดจนการนำไปใช้เป็นเครื่องมือทางความคิดที่ประกอบด้วยการแสดงถึงองค์ประกอบของตรรกะและความเป็นเหตุเป็นผลในการดำเนินการขององค์กร สามารถพรรณนาถึงคุณค่าของธุรกิจที่เสนอต่อผู้ใช้บริการ โครงสร้างขององค์กร และการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับหุ้นส่วนธุรกิจ และการส่งมอบคุณค่าแก่ผู้ใช้บริการ (ศศิคล่องพยาบาล, 2550)

กลยุทธ์การออกแบบตกแต่ง คือ การกำหนดสิ่งต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เหมือนกัน เพื่อก่อให้เกิดความสวยงาม สะดวกสบาย ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ ดังนั้นหลักการออกแบบจึงเป็นการวางแผนที่ควรรู้วิธีการเลือกใช้วัสดุ และการผลิตทางอุตสาหกรรม ความสามารถในการค้นคว้าหาข้อมูลมาได้อย่างถูกต้อง สามารถวิเคราะห์ปัญหาเป็นได้อย่าง มีเหตุมีผล และสามารถนำสิ่งเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ร่วมกันได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการคำนึงถึงหลักแห่งการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนความห่วงใยในชีวิตที่สอดคล้องกับวัฒนธรรม และจริยธรรมร่วมด้วย (พรพิมล พงนาพิมล, 2559)

การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) คือ เครื่องมือทำการตลาดที่นักการตลาดใช้ในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ในตัวสินค้าด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ สร้างแบรนด์และสร้างยอดขายบนเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ อาทิ สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊กโดยเป้าหมายของการตลาดดิจิทัลไม่ได้แตกต่างไปจากการทำการตลาดแบบทั่วไป เนื่องจากดิจิทัลมาร์เก็ตติ้ง เป็นเครื่องมือหนึ่งของการตลาดที่ปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยให้ทันโลก โดยมีวิวัฒนาการที่ก้าวล้ำขึ้นเรื่อยๆ และการอำนวยความสะดวกได้อย่างรวดเร็ว (ณัฐพล ไยไพโรจน์, 2559)

พิมพ์เขียวรูปแบบการบริการ คือ แนวทางที่แสดงออกมาลักษณะของรูปลักษณ์ทางกายภาพที่เป็นเครื่องมือสำหรับออกแบบงานบริการที่ใช้ในลักษณะแผนภาพ (Diagram) แสดงระบบการให้บริการ และจุดบกพร่องของงานบริการ



เพื่อการนำไปใช้ในการกำหนดขั้นตอนการดำเนินการขององค์กรเปรียบเสมือนพิมพ์เขียวให้ปฏิบัติตามตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ ซึ่งคุณสมบัติของพิมพ์เขียวสามารถสร้างได้หลายรูปแบบ โดยรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเป็นการออกแบบที่ใช้เทคนิคผังกระบวนการมีส่วนช่วยให้เห็นภาพรวมของกระบวนการได้ชัดเจนในมุมมองของผู้เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการบริการใหม่ให้มีประสิทธิภาพที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Alter & Steven, 2013)

#### 4. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่ฟักประเภทโฮสเทลแบบบูรณาการ กรณีศึกษา โฟล์คพอสเทลอโศก (Folk Poshtel Asok) : การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจโฟล์คพอสเทล รวมไปถึงศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ โดยใช้วิธีวิทยาการสร้างทฤษฎีฐานราก (พิทักษ์ ศิริวงศ์, 2547)

##### 4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

###### 4.1.1 ผู้วิจัย

###### 4.1.2 สมุดบันทึก เพื่อใช้บันทึกข้อมูล และรายละเอียดการสัมภาษณ์

###### 4.1.3 โทรศัพท์ เพื่อบันทึกเสียงช่วยให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในการสัมภาษณ์

4.2 ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาระหว่าง เดือนพฤศจิกายน 2562 ถึง เดือนมีนาคม 2563 โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

4.2.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร ผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ทั้งจาก เอกสาร บทความ และข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

4.2.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ผู้ประกอบการ พนักงาน และผู้ใช้บริการ จำนวน 10 คน จากสถานประกอบการโฟล์คพอสเทลอโศก

4.3 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูล แบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล ตรวจสอบแหล่งข้อมูล ได้แก่ แหล่งบุคคลโดยการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการ 2) การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านผู้วิจัย 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล (สุภางค์ จันทวานิช, 2554)

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโฟล์คพอสเทลอโศก ผ่านการจดบันทึก แล้วนำมาจัดหมวดหมู่ เรียบเรียง ตีความหมายเพื่อนำมาวิเคราะห์ และสามารถนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำข้อมูลที่ได้จาก งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบเพื่อสร้างทฤษฎีใหม่โดยใช้วิทยาการของแนวคิดทฤษฎีฐานราก (สุภางค์ จันทวานิช, 2554)

#### 5. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่ฟักโฮสเทลแบบบูรณาการ (Poshtel) กรณีศึกษา โฟล์คพอสเทลอโศก : การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก สามารถวิเคราะห์ และนำเสนอเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

5.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ จากการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักอธิบายถึงโพล์คพอชเทลอโคก เป็นธุรกิจแบบ ห้างหุ้นส่วน (Partnerships) มี 2 กิจการ คือ โพล์คพอชเทลอโคก และโพล์คพอชเทลสลิค ซึ่งโพล์คพอชเทลอโคกมีกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจดังนี้

5.1.1 กลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมาย จากการวิจัยพบว่า โพล์คพอชเทลอโคก ตั้งอยู่ในย่านการค้า และแหล่งธุรกิจ กลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวแบ็คแพ็คเกอร์ (Backpacker) ทุกช่วงอายุทั้งชาวไทย ที่ส่วนใหญ่เข้ามาพัก เพื่อรอการสัมมนาเนื่องจากพื้นที่บริเวณที่พักส่วนใหญ่เป็นแหล่งธุรกิจ มักจะทำการจองมาล่วงหน้า เพราะต้องเดินทางมาจากต่างจังหวัดเพื่อทำธุรกิจ อีกทั้งยังมีชาวต่างชาติ ที่เข้ามาพัก ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว ที่ต้องการที่พักในระยะยาว และต้องการสถานที่ ที่สะดวกต่อการเดินทางไปยังสถานบันเทิงต่างๆ ผู้ประกอบการจึงเลือกที่ตั้งทำเลใกล้กับขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้ามหานคร (MRT) รถไฟฟ้าบีทีเอส (BTS) เพื่อสร้างความสะดวกสบายในการเข้าถึง

5.1.2 คุณค่าที่นำเสนอ จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการนำเสนอสิ่งใหม่ เช่น การบริการนำเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงที่พักโดยร่วมสร้างความบันเทิงตลอดทั้งวันกับผู้ใช้บริการ การร่วมบรรเลงเพลงโพล์คของร่วมกับผู้ใช้บริการและพนักงาน เพื่อนำเสนอแนวคิดของที่พัก ให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเสมือนการพักผ่อนที่บ้านเพื่อน เป็นภาพลักษณ์ที่ดีของ แบรินต์ แต่ยังคงรักษาไว้ด้วยคุณภาพของการบริการที่มีมาตรฐานกลยุทธ์ด้านราคาให้มีหลายระดับ ตั้งแต่ราคาถูกไปจนถึงราคาแพง ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และความประทับใจให้ผู้ใช้บริการกลับมาพักซ้ำ

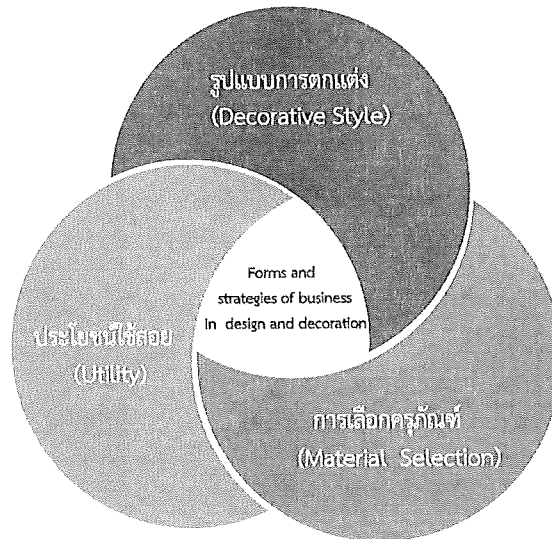
5.1.3 ช่องทางการขาย จากการวิจัยพบว่า โพล์คพอชเทลอโคก มีช่องทางการขาย 3 ช่องทางผ่านสื่อการตลาดออนไลน์ (Social Platform) ดังนี้ 1) เว็บไซต์โรงแรม (Hotel Official Website) 2) เว็บไซต์ตัวแทนผู้ให้บริการออนไลน์ (OTA : Online Travel Agents) เช่น อโกต้า, ทาเวลโลก้า, บูกิงคอตคอม เป็นต้น 3) โซเชียลมีเดีย (Social Media) เช่น Facebook Instagram เพื่อให้ครอบคลุมการค้นหาที่พักของผู้ใช้บริการทุกช่องทาง

5.1.4 ความสัมพันธ์ต่อผู้ใช้บริการ จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการผ่านสื่อการตลาดออนไลน์ (Social Platform) โดยการสร้างความสัมพันธ์ก่อนการใช้บริการ พูดคุย สอบถาม ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์ ช่องสนทนาส่วนตัวเพจเฟซบุ๊กกับพนักงานโดยตรง เพื่อการให้ข้อมูลที่พิกัดกับผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วนนอกเหนือจากภายในเว็บไซต์ และความสัมพันธ์หลังการในขณะเดียวกันใช้บริการ ผู้ใช้บริการเข้ามาเขียนบทวิจารณ์ออนไลน์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก “Folk Poshtel Asok” หรือการรีวิวผ่านเว็บไซต์ตัวแทนผู้ให้บริการออนไลน์ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้มีส่วนร่วมในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาการบริการต่อไปจากข้อคิดเห็นต่าง ๆ เหล่านี้

5.1.5 พนักงานและการบริการ จากการวิจัยพบว่า โพล์คพอชเทลอโคก มีการบริหารจัดการธุรกิจอย่างเป็นระบบ โดยแบ่งความรับผิดชอบตามหน้าที่ตนเอง ดังนี้ พนักงานต้อนรับ พนักงานอาหารและเครื่องดื่ม และพนักงานทำความสะอาด เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพและได้มาตรฐานยิ่งขึ้น เช่น การกำหนดมาตรฐานการให้บริการของพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 กลยุทธ์ทางธุรกิจด้านการออกแบบตกแต่ง จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการตกแต่งภายในให้สอดคล้องกับแนวคิดที่ตนเองได้กำหนดไว้ ประกอบด้วย 1) การตกแต่งของโพล์คพอชเทลอโคก ที่มีลักษณะทางกายภาพของศิลปะสแกนดิเนเวียน (Scandinavian Style) ตามลักษณะบ้านของยุโรปทางเหนือมีความโดดเด่น ที่เป็นธรรมชาติ ตั้งแต่ตกแต่งภายใน และภายนอกด้วยต้นไม้หลากหลายชนิด ด้วยโทนสีอ่อนเป็นสีเขียวก กับสีเหลืองไปจนถึงสีขาวทั้งภายในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลาง เพื่อสร้างความรู้สึกแก่ผู้เข้าพักที่อบอุ่นและสบายตา 2) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ร่วมกันได้ เช่น โต๊ะปิงปองร้านกาแฟ พื้นที่ส่วนกลางสาธารณะ หนังสือ และการออกแบบสิ่งสนับสนุนสำหรับผู้พิการ ได้แก่ ห้อง

อาบน้ำสำหรับผู้นั่งรถเข็น ช่องทางเดินสำหรับผู้พิการ เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้พูดคุยและทำกิจกรรมร่วมกัน 3) การใช้  
ครุภัณฑ์วัสดุในการตกแต่งส่วนใหญ่นิยมใช้ความเป็นธรรมชาติ เช่น การนำไม้เปลือยมาตกแต่งลือบบัการนำรูปภาพ  
กราฟฟิกหรือธรรมชาติมาใส่กรอบติดตามผนังการนำต้นไม้หรืองานเซรามิกมาประดับตกแต่งบริเวณห้องโถง จากที่ได้  
กล่าวข้างต้น ผู้ประกอบการมีความมุ่งหวังในการสร้างบรรยากาศให้ผู้ใช้บริการ โดยการออกแบบ ที่พักให้รู้สึกเหมือนมา  
นอนพักบ้านเพื่อน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกผ่อนคลายด้วยความเป็นกันเอง และนำไปสู่การตัดสินใจกลับมาใช้  
บริการซ้ำ



ภาพที่ 2.1 โมเดลแสดงรูปแบบและกลยุทธ์ของการออกแบบและการตกแต่ง  
(Forms and strategies of design and decoration)

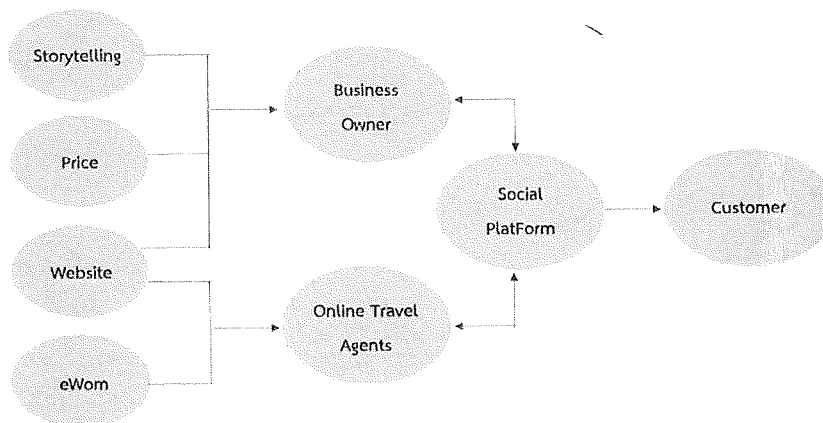
### 5.3 กลยุทธ์ทางการตลาด จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีกลยุทธ์ทางการตลาด 4 กลยุทธ์ ดังนี้

5.3.1 กลยุทธ์การตลาดผ่านการถ่ายทอดเรื่องราว (Storytelling) จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการ  
ถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการออกแบบตกแต่งที่พักสไตล์สแกนดิเนเวีย บ้านโซนยุโรปเหนือ เช่น ใช้โทนสีเขียว สีเหลือง และสี  
ขาวเป็นสีหลักของที่พัก ตั้งแต่ป้ายชื่อ พื้นที่ส่วนกลาง ภายนอกอาคาร และการเลือกใช้วัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อสร้าง  
เอกลักษณ์ และเป็นທີ່จดจำของผู้ใช้บริการ อีกทั้งการตั้งชื่อห้องพัก มีความหมายแฝงว่าบ้านเพื่อน เพราะผู้ประกอบการมี  
ความมุ่งหวังให้ผู้ใช้บริการรู้สึกอบอุ่นเหมือนมานอนพักบ้านเพื่อน โดยเผยแพร่รูปภาพผ่าน เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เว็บไซต์  
ตัวแทนผู้ให้บริการออนไลน์

5.3.2 กลยุทธ์ด้านราคา จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการใช้วิธีการตั้งราคาหลายระดับ ไม่เน้นตั้งราคา  
ตัวเลขสวยงาม แต่ตั้งราคาตั้งแต่ต่ำไปจนถึงมากดังนี้ 350 650 1,300 และ 1,600 ผู้ประกอบการใช้วิธีการตั้งราคาแบบนี้  
เพื่อให้ครอบคลุม และให้ห้องพักพอขเทลอโศก ปรากฏในการค้นหาทุกช่วงราคามากที่สุด

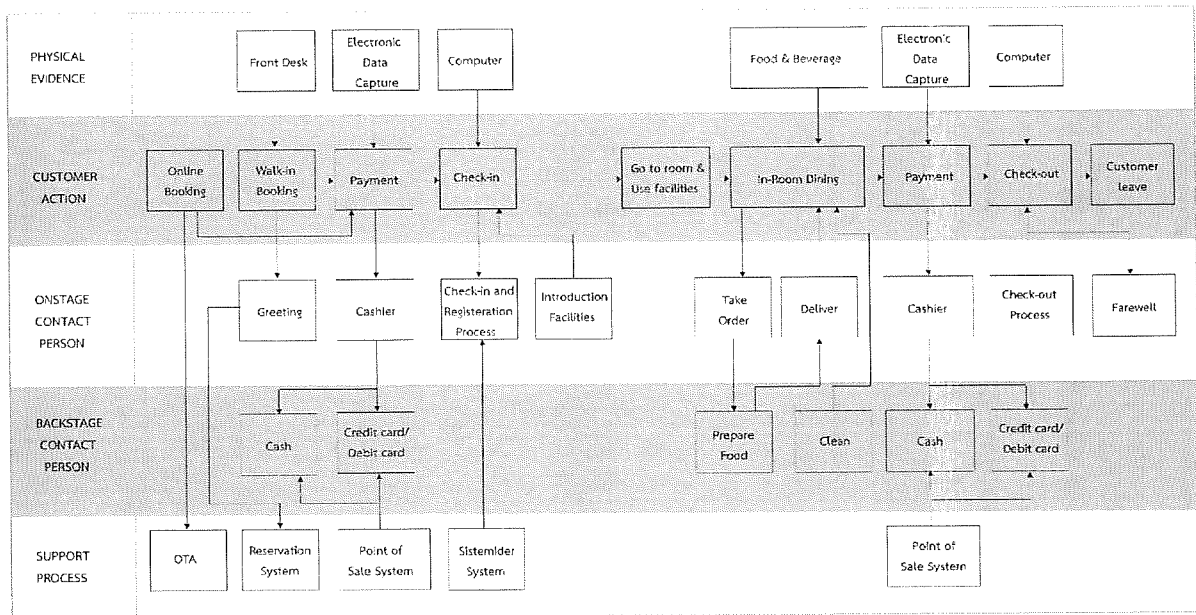
5.3.3 กลยุทธ์การตลาดร่วมกับตัวแทนผู้ให้บริการออนไลน์ (OTA : Online Travel Agents) จากการ  
วิจัยพบว่า เว็บไซต์ตัวแทนผู้ให้บริการออนไลน์ และเว็บไซต์รีวิว (Website Review) แสดงรายละเอียดที่พักชัดเจน และ  
แบ่งปันไปยังสื่อการตลาดออนไลน์ (Social Platform) เช่น จัดโปรโมชันหน้าที่ท่องเที่ยวที่ผู้ใช้บริการจะได้รับราคาห้องพักที่ถูกกลง  
เมื่อจองผ่านเว็บไซต์ตัวแทนการจองออนไลน์ เพื่อดึงดูดให้ผู้ใช้บริการเห็นถึงความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป ทำให้ห้องพักพอ  
เทลอโศก ได้รับความสนใจ และเป็นที่ยุ้จักมากยิ่งขึ้น

5.3.4 กลยุทธ์ด้านการสื่อสารปากต่อปากแบบอิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีกิจกรรมที่ให้ผู้ให้บริการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ภายใน โดยโฟล์คพอชเทลอโศก มีพื้นที่สำหรับรองรับ กลุ่มผู้ให้บริการ เช่น โชนอ่านหนังสือ โต๊ะปิงปอง เมื่อผู้ให้บริการรับรู้ถึงความแปลกใหม่ ทำให้เกิดการเผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ โดยข้อมูลถูกเขียนขึ้นมาจากประสบการณ์ที่ได้ใช้จริง ๆ ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อจากผู้ให้บริการรายอื่น



ภาพที่ 3 โมเดลแสดงรูปแบบและกลยุทธ์การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing Poshtel)

5.4 รูปแบบและกลยุทธ์พิมพ์เขียวการบริการ (Service – Blueprint) จากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการ โฟล์คพอชเทลอโศก สร้างรูปแบบการให้บริการอย่างเป็นลำดับขั้นตอน มีการควบคุมมาตรฐานการให้บริการที่เป็นเลิศ โดยสามารถแบ่งโครงสร้างการให้บริการได้ทั้งหมด 9 ขั้นตอน คือ การรับจองห้องพัก (Reservation) ผ่านช่องทางออนไลน์ (Online Travel Agents : OTA) และการรับจองผ่านพนักงานต้อนรับส่วนหน้า (Receptionist) เมื่อผู้ให้บริการมาถึงที่พัก พนักงานทักทายผู้ให้บริการอย่างเป็นมิตร (Proper customer greeting) หลังจากนั้น จึงรับชำระค่าบริการจากผู้ให้บริการ (Payment) ผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งเงินสด และการชำระผ่านบัตรเครดิตแล้วจึงรับลงทะเบียนเข้าพัก (Registration) ขั้นตอนถัดไปพนักงานแนะนำข้อมูลภายในที่พัก (Service and Facilities introduction) แก่ผู้ให้บริการอย่างเป็นมิตร เพื่อสร้างการรับรู้ข้อมูลของที่พัก เช่น เวลาเปิด-ปิดคาเฟ่ การใช้คีย์การ์ด และข้อตกลงในการใช้พื้นที่ส่วนกลาง จากนั้นจึงนำผู้ให้บริการไปยังห้องพัก แนะนำสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก และให้ผู้ให้บริการเข้าพักผ่อนตามอัธยาศัยในกรณีที่ผู้ให้บริการต้องการบริการเพิ่มเติมทางโฟล์คพอชเทล อโศก มีบริการอาหาร และเครื่องดื่มในห้องพัก ( In-room dining (Room service) ) แก่ผู้ให้บริการเช่นกัน เมื่อผู้ให้บริการจะลงทะเบียนออกจากที่พัก พนักงานจะตรวจสอบ และรับชำระค่าบริการเพิ่มเติมระหว่างเข้าพัก (Payment) ขั้นตอนสุดท้าย คือ การรับลงทะเบียนออกจากที่พัก (Check-Out) พร้อมทั้งกล่าวอำลา (Farewell) เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้ให้บริการ และมุ่งหวังให้ผู้บริการกลับมาใช้บริการซ้ำ



ภาพที่ 4 โมเดลแสดงพิมพ์เขียวการบริการ (Service - Blueprint)

## 6. อภิปรายผลการวิจัย

6.1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการโพลีคพอซเทลอโศก สร้างรูปแบบการดำเนินธุรกิจด้วย 5 กลยุทธ์หลัก คือ กลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมาย คุณค่าที่นำเสนอ ช่องทางการขาย ความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ พนักงานและการบริการ เพื่อมองหาอุปสรรคที่มีโอกาสเกิดขึ้นในธุรกิจ ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่ต้องการที่พักราคาถูกแต่มีบริการที่เป็นระบบ และได้มาตรฐาน สอดคล้องกับแนวคิดของ (ศศิ คล่องพยาบาล, 2550) ที่กล่าวไว้ว่า รูปแบบการดำเนินธุรกิจ คือ เครื่องมือทางความคิดที่ประกอบด้วย การแสดงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ธรรมชาติ และความเป็นเหตุเป็นผลในการดำเนินการขององค์กร สามารถพรรณนาถึงคุณค่าของธุรกิจที่เสนอต่อผู้ใช้บริการ โครงสร้างขององค์กร และการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับหุ้นส่วนธุรกิจ ตลอดจนการส่งมอบคุณค่า

6.2 รูปแบบและกลยุทธ์ทางการธุรกิจด้านการออกแบบตกแต่ง พบว่า ผู้ประกอบการมีการตกแต่งที่พักสไตล์สแกนดิเนเวียน (Scandinavian Style) คือ ความเป็นธรรมชาติ และใช้โทนสีอ่อนเป็นสีเขียว สีเหลืองไปจนถึงสีขาว ทั้งในห้องพัก และพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ร้านกาแฟ โต๊ะปิงปอง คอมม่อน เป็นต้น ทำให้ดูสบายตาและอบอุ่น รวมถึงการใช้ครุภัณฑ์ในการตกแต่งส่วนใหญ่นิยมใช้ความเป็นธรรมชาติ เช่น การนำไม้เปลือกมาตกแต่งลือบบี้ นำรูปภาพกราฟฟิกหรือธรรมชาติมาใส่กรอบติดตามผนัง นำต้นไม้หรืองานเซรามิกมาตกแต่งบริเวณห้องโถง เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกผ่อนคลาย และสร้างเอกลักษณ์ให้กับที่พัก สอดคล้องกับแนวคิดของ (พรพิมล พงษาพิมล, 2559) ที่กล่าวไว้ว่าการออกแบบตกแต่ง คือ การออกแบบสิ่งต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เหมือนกัน คือ สวยงาม สะดวกสบาย ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ ดังนั้นหลักการออกแบบ ควรรู้วิธีการเลือกวัสดุ และการผลิตทางอุตสาหกรรม มีความสามารถในการค้นคว้าหาข้อมูลมาได้อย่างถูกต้องสามารถวิเคราะห์ปัญหาเป็น มีเหตุมีผล และสามารถนำมาสิ่งเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ร่วมกันได้อย่างเหมาะสม

6.3 กลยุทธ์ทางการตลาดดิจิทัล พบว่า ผู้ประกอบการมีกลยุทธ์ผ่านการให้บริการในรูปแบบที่คล้ายคลึงกับการพักผ่อนเพื่อน เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความรู้ถึงการผ่อนคลายในการเข้ามาพัก อีกทั้งยังมีการออกแบบบริเวณที่พบปะสังสรรค์ ให้มีกิจกรรมร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่ต้องการพบปะกับสังคมใหม่ หรือ เพื่อนใหม่

ผู้ใช้บริการจึงเกิดความประทับใจในจุดนี้ สอดคล้องกับทฤษฎีของ (ณฤดี สีแก้วมี, 2557) ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการได้ดำเนินการใช้กลยุทธ์แบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) เพื่อให้ผู้ใช้บริการสะดวกต่อการจองที่พักที่ตนเองสนใจ และยังสามารถเลือกระยะเวลาที่จะเข้าพักได้อย่างสะดวก และยังสามารถเลือกราคาตามความเหมาะสมที่ผู้ใช้บริการต้องการได้ สอดคล้องกับทฤษฎีของ (ณัฐินี วิเศษชัยศิลป์, 2560) นอกจากนี้ยังพบว่ารูปแบบการให้บริการที่มีความเป็นกันเอง รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครันในสถานประกอบการ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีการสื่อสารรูปแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (eWOM) ในทิศทางที่ดี จึงช่วยให้ผู้ใช้บริการรายใหม่สามารถตัดสินใจได้ง่าย และนำไปสู่จุดหมายปลายทางในการใช้บริการ

6.4 รูปแบบและกลยุทธ์พิมพ์เขียวการบริการ (Service Blueprint) พบว่า ผู้ประกอบการมีการออกแบบงานบริการอย่างเป็นขั้นตอน โดยโครงสร้างการให้บริการทั้งหมด 9 ขั้นตอน ผู้ประกอบการสร้างพิมพ์เขียวการบริการ เพื่อให้การบริการมีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น และสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการตามความเหมาะสม ด้วยมุ่งหวังให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Alter & Steven, 2013) ที่ได้กล่าวถึงพิมพ์เขียวการบริการว่า เป็นเครื่องมือสำหรับออกแบบงานบริการที่ใช้แผนภาพ (Diagram) แสดงระบบการให้บริการ และจุดบกพร่องของงานบริการ เพื่อกำหนดขั้นตอนในการดำเนินการขององค์กรเปรียบเสมือนพิมพ์เขียวให้ปฏิบัติตามตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการ ซึ่งสามารถนำไปพัฒนาและแก้ไข รูปแบบ กระบวนการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อสรุปเชิงทฤษฎี จากการศึกษา รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจที่พักโฮสเทลแบบบูรณาการ กรณีศึกษา โพล์คพอสเทลอัสอก (Folk Poshtel Asok) โดยใช้วิธีวิทยาการทฤษฎีฐานรากได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการเลือกรูปแบบธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับธุรกิจที่พักโฮสเทลแบบบูรณาการ (Poshtel) โดยมุ่งหวังให้โพล์คพอสเทลอัสอก แตกต่างจากที่พักโฮสเทลทั่วไป นอกจากนี้ยังรวมไปถึงสถานที่ตั้งของธุรกิจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้สะดวก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากโพล์คพอสเทลอัสอก เป็นที่พักขนาดเล็ก รูปแบบธุรกิจหลักที่ผู้ประกอบการเลือกใช้จึงเป็นการสร้างสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ และการเลือกที่ตั้ง ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้สะดวก เพื่อให้ธุรกิจเป็นที่จดจำ และถูกพูดถึงแบบปากต่อปาก
2. ผู้ประกอบการออกแบบตกแต่งทั้งภายในและภายนอก เพื่อสร้างเอกลักษณ์ และจุดเด่นของที่พัก โดยการตกแต่งด้วยต้นไม้ที่หลากหลายทั้งภายในและภายนอก ใช้โทนสีอ่อนเป็นสีเขียว สีเหลือง ไปจนถึงสีขาว เพื่อให้ผู้ใช้บริการรู้สึกสบายตา และอบอุ่น เน้นใช้วัสดุที่เป็นธรรมชาติ เรียบง่ายแต่ใส่ใจทุกรายละเอียด มีสิ่งอำนวยความสะดวก และพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ร้านกาแฟ โต๊ะปิงปอง คอมม่อน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจาก ผู้ประกอบการต้องการทำให้โพล์คพอสเทลเหมือนการมาพักบ้านเพื่อน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ เกิดการใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่อง และเมื่อเกิดความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ จะนำมาซึ่งการแนะนำบอกต่อคนรู้จัก เพื่อนหรือญาติสนิท เพื่อเพิ่มฐานผู้ใช้บริการรายใหม่
3. เมื่อได้ก็ตามที่ผู้ประกอบการยังใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในรูปแบบที่คล้ายคลึงกับการพักบ้านเพื่อนอยู่ เมื่อนั้นผู้ใช้บริการจะแสดงออกถึงการผ่อนคลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากสามารถพูดคุยแบบเป็นกันเองได้ในระหว่างที่พัก ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถสอบถามถึงการเดินทางท่องเที่ยว หรือได้ทำการพูดคุยเชิงสนทนา ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นผลสืบเนื่องมาจากการที่ผู้ใช้บริการหวังว่าการมาเข้าพักในสถานประกอบการจะสามารถทำให้มีเพื่อนใหม่ ๆ และได้พบเจอกับบุคคลในสังคมใหม่ เพื่อเปิดประสบการณ์ที่ดีในการเดินทาง
4. ผู้ประกอบการสร้างรูปแบบการให้บริการ โดยการใช้แผนภาพพิมพ์เขียวแสดงขั้นตอนการให้บริการ ทำให้เห็นตั้งแต่การเริ่มต้นจนจบของกระบวนการบริการ เพื่อสร้างมาตรฐาน และเป็นแบบแผนในการปฏิบัติงานให้ครบถ้วน

สมบูรณ์ และเกิดความเท่าเทียม เมื่อเกิดจุดบกพร่องในขั้นตอนการให้บริการ ผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้ตลอดเวลา เพื่อให้มีความเหมาะสม และสร้างความพึงพอใจสูงสุดของผู้ใช้บริการ ด้วยมุ่งหวังการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคตของผู้ใช้บริการ

## 7. ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัย

1. ผู้ประกอบการควรสร้างการรับรู้คุณค่าของตราสินค้า (Brand Awareness) ให้ผู้ใช้บริการสามารถจดจำได้มากขึ้น ผ่านการสร้างเนื้อหาทางการตลาด (Content Marketing) ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะด้านการสร้างผลงาน (Production) ในช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น การนำสินค้า และการบริการมาประกอบเป็นภาพเคลื่อนไหว เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์โดยรวมของสถานประกอบการ ผ่านแพลตฟอร์มประเภทภาพเคลื่อนไหว เช่น การเปิดช่องยูทูป (YouTube Channel) เป็นการตัดต่อรูปภาพสินค้า และบริการ ให้แสดงเป็นภาพเคลื่อนไหวในหน้าหลักที่ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาเจอได้ง่าย เพื่อสร้างภาพจำในเชิงบวกก่อให้เกิดความต้องการในการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมาย

2. จากการวิจัยพบว่า โพล์คพอชเทลอโคก มีผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในเรื่องโปรแกรมด้านการท่องเที่ยวในธุรกิจของตน โดยนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทยในด้านต่าง ๆ ดังนี้ 1) ด้านวัฒนธรรมความเป็นไทย เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในวันสำคัญของประเทศไทย 2) ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ความเป็นไทย เช่น การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน 3) ด้านวิถีชีวิตของชาวไทย เช่น การเดินทางเพื่อเรียนรู้ขนบธรรมเนียมและประเพณีของชาวไทยในหมู่บ้านต่าง ๆ โดยมุ่งหวังให้เกิดความประทับใจในกลุ่มผู้ใช้บริการ และเพิ่มแนวโน้มการกลับมาใช้บริการในอนาคต

3. จากการวิจัยพบว่า ความจงรักภักดีส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะให้นำระบบบริหารสัมพันธ์ผู้ใช้บริการ (Customer Relations Management) มาใช้สื่อสารกับผู้ใช้บริการ เช่น การส่งข่าวสารด้านโปรโมชั่น การ์ดวันเกิด การ์ดสำหรับเทศกาลต่าง ๆ เพื่อแสดงออกถึงความใส่ใจในจุดเล็ก ๆ เสมือนผู้ใช้บริการคือคนสำคัญ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจขึ้นอีกระดับ นอกจากจะสร้างความเชื่อมั่นในตราสินค้าแล้ว ยังเป็นการรักษากฎานผู้ใช้บริการเดิม

### ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงผลกระทบของสื่อดิจิทัล (Digital Platform) รวมไปถึงเทคโนโลยีที่มีบทบาทในการดำเนินงานภายในองค์กร เพื่อค้นหาประเภทของโฆษณาออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ

2. ควรศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การใช้พนักงานขาย โดยจัดให้พนักงานขายปฏิบัติตัวต่อตัวระหว่างกิจการกับผู้ใช้บริการ เช่น การใช้แผ่นพับ เอกสาร ใบปลิว วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อช่วยในการนำเสนอขายของพนักงาน ตลอดจนเป็นหลักฐานอ้างอิง และมุ่งหวังการขายที่แตกต่างกับคู่แข่ง

3. ควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยในการเลือกใช้บริการที่พัก เช่น ปัจจัยด้านทัศนียภาพ โดยการนำเสนอจุดเด่นด้านความเป็นธรรมชาติของที่พัก อาทิ ที่พักที่มีความเงียบสงบเหมาะแก่การเดินทางมาพักผ่อน

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- Supangkaratana.T. (2009). *Marketing factors affecting foreign tourists' behavior while staying in Bangkok hostels* (Master's thesis). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เกียรติรัตน์ จินตามณี. (2561). ที่พักแบบ Poshtel ทางเลือกใหม่ของธุรกิจท่องเที่ยวอินเทรนด์ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก: <https://taokaemai.com/ที่พักแบบ-poshtel-ทางเลือกใหม่/>
- ณัฐพร สุวรรณวิศลกิจ. (2560). *แนวทางการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจลักซ์ชัวร์โฮสเทล (Luxury Hostel) ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สืบค้นจาก: [http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5916033060\\_8631\\_8082.pdf](http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5916033060_8631_8082.pdf)
- ณฤดี สีแก้วมี. (2557). *กระบวนการแก้ปัญหาด้านกรอกแบบพื้นที่ขนาดเล็กด้วยวิธีการลงตา กรณีศึกษา: การแก้ปัญหาพื้นที่ของอาคารชุดขนาดเล็กในกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก: <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1111/1/naruedee.srik.pdf>
- ณัฐทิน วิเศษชัยศิลป์. (2561). *ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลกับการให้บริการเรือที่พิกอนันตรา ครูช.* (การศึกษานิพนธ์). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก: <http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/3833/1/nattinee.wise.pdf>
- ณัฐพล ไยไฟโรจน์. (2559). *Digital Marketing: Concept & Case Study.* (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: บริษัทไอดีซีพีริเมียร์ จำกัด *บรรณสาร มศก.ท., 19(1),* เมษายน – กันยายน.
- พรพิมล พจนานิพนธ์. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างการคิดสร้างสรรค์อย่างมีวิจารณญาณ สำหรับนิสิต สาขาวิชาการออกแบบทัศนศิลป์. *วารสารการวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University (สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ), 9(1), 878-894.* สืบค้นจาก: <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/download/61541/50705/>
- พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2547). ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) วิธีวิทยาการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีในการพัฒนาประเทศ,
- พิมพ์ปวีณ์ นพกิจกำจร (2559). *สร้างดีมานด์โรงแรมผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล.* [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก: <http://www.digitalagemag.com/สร้างดีมานด์โรงแรมผ่าน/>
- ศศิ คล่องพญาบาล. (2550). *"Business Model to Business Plan" SMEs Today Magazine ฉบับเดือนกรกฎาคม ปีที่ 6 เล่มที่ 61.* กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.