

# งานสัมมนาทางวิชาการและการประชุมวิชาการระดับชาติ ด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการ ครั้งที่ 4 ปี 2020

วันพฤหัสบดีที่ 18 มิถุนายน 2563 ณ โรงแรม Swissotel Ratchada

Social Distancing

1.5 m

Safe  
Spot!!

## คำนำ

การจัดประชุมวิชาการระดับชาติของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยในปีนี้นับเป็นครั้งที่ 4 และยังคงจัดภายใต้แนวคิดเดิมคือการสื่อสารและการจัดการ การจัดประชุมในครั้งนี้ นอกจากคณะกรรมการจัดการประชุมจะให้ความสำคัญในเรื่องเนื้อหาด้านวิชาการเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมาแล้วยังมีความพิถีพิถันเป็นพิเศษในเรื่องความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมประชุมวิชาการเนื่องจากการระบาดของไวรัสโคโรนา หรือที่เรียกอย่างสั้นว่าโรค COVID-19

คณะกรรมการจัดการประชุมตระหนักถึงความเสี่ยงที่อาจจะเกิดจากการแพร่กระจายของไวรัสจึงดำเนินการตามมาตรการในการป้องกันและรักษาความปลอดภัยของทุกคนตามที่รัฐบาลกำหนดทุกประการเช่น การทำความสะอาดสถานที่และอุปกรณ์ด้วยน้ำยาฆ่าเชื้อโรค การจัดที่นั่งโดยเว้นระยะห่าง การขอให้ผู้เข้าร่วมประชุมใส่หน้ากาก การล้างมือด้วยแอลกอฮอล์รวมทั้งการลดความแออัดในห้องประชุม ในปีนี้จึงใช้ห้องประชุมย่อยจำนวนมากและกำหนดให้แต่ละห้องประชุมย่อยมีผู้เข้าร่วมประชมน้อย

บทความวิชาการและบทความวิจัยส่วนใหญ่มาจากสาขาวิชาการจัดการ นิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์ บางบทความมีเนื้อหาจากการบูรณาการข้ามสาขา เช่น การผสมระหว่างสาขาวิชาสาธารณสุขและสังคมศาสตร์หรือนิเทศศาสตร์และการจัดการ บทความที่ผ่านการประเมินคุณภาพตามหลักวิชาการและสามารถเผยแพร่ได้มีทั้งสิ้นจำนวน 71 บทความ โดยแบ่งเป็นการนำเสนอผ่านระบบออนไลน์จำนวน 13 บทความและนำเสนอในห้องประชุมจำนวน 58 บทความ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอกสถาบันที่ช่วยประเมินผลงานวิชาการและให้ข้อเสนอแนะ ผู้เข้าร่วมประชุมทุกคนที่ให้ความร่วมมือในการรักษามาตรฐานวิชาการและความปลอดภัย คณะกรรมการจัดการประชุมเชื่อว่าการประชุมวิชาการระดับชาติจะเป็นประโยชน์ในฐานะที่เป็นเวทีวิชาการในการเผยแพร่ผลงานวิชาการและผลงานวิจัยของกัลยาณมิตรทางวิชาการทุกคนในครั้งนี้และโอกาสต่อไป

รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



คำสั่ง คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ที่ 004/2563

เรื่อง แต่งตั้งกรรมการวิชาการ

การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการสื่อสารและการบริหารจัดการครั้งที่ 4

คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ประจำปีการศึกษา 2562

ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.ศักดิ์ดา ปั่นเหน่งเพชร	ประธาน
รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช	ที่ปรึกษา
รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.จันทิมา เขียวแก้ว	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	กรรมการ
รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชจิตชวัลย์ กิจวิสาละ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตระหนักจิต ยุตยรรยง	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุปผา ลาภะวัฒนาพันธ์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัชรา เอี่ยมกิจการ สบายใจ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมลพรรณ ไชยนันท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธนิภา ศรีไสย์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรณ์ เขมาวุฒานนท์	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ร้อยตรี ดร.สมเกียรติ เหลืองศักดิ์ชัย	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี พิเชษฐพันธ์	กรรมการ
อาจารย์ ดร.ณัทภักดิ์ ปั่นจาด	กรรมการ
อาจารย์ ดร.ปรีชญา แม้นมินทร์	กรรมการ
อาจารย์ ดร.พิชญ์พฐ ไวยโชติ	กรรมการ
อาจารย์ ดร.วิโรจน์ สุทธิสีมา	กรรมการ

อาจารย์ ดร.โสภชา เอี่ยมโอภาส	กรรมการ
อาจารย์ ดร.สุจิตรา เปลียนรุ่ง	กรรมการ
อาจารย์ ดร.สุธี เผ่าบุญมี	กรรมการ
อาจารย์ ดร.โสภาค พาณิชพาพิบูล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จตุพร ปริญญากุล	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัตติกาล เจนจัด	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภนิത്യ วงศ์ทางสวัสดิ์	กรรมการ

ทั้งนี้ ให้คณะกรรมการมีบทบาทและหน้าที่ในการดำเนินการจัดการประชุมวิชาการให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน และมีคุณภาพในระดับชาติ รวมถึงหน้าที่ในการพิจารณาบทความและสรรหาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาบทความ

สั่ง ณ วันที่ 13 เมษายน 2563

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช)  
คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจของผู้ประกอบการโฮสเทล กรณีศึกษา แมด แพนด้า โฮสเทล หัวหิน

Model and Business Operation Strategy of Hostel Entrepreneur

Case study: Mad Panda Hostel HuaHin

รัชมงคล ทองหล่อ<sup>1</sup> ชนม์รวี พกมณี<sup>2</sup> และ ณัฐวัตร สมบูรณ์สินชัย<sup>3</sup>

<sup>1</sup>อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2,3</sup>นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบในการดำเนินธุรกิจ 2) เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการ และ 3) เพื่อศึกษาด้านคุณภาพการบริการของธุรกิจ แมด แพนด้า โฮสเทล โดยใช้ปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology Theory) โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และโดยผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) คือ ผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 10 คนจากผลการศึกษา พบว่า รูปแบบกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการของธุรกิจ แมด แพนด้า โฮสเทล โดยใช้ปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology Theory) โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และโดยผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) คือ ผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 10 คนจากผลการศึกษา พบว่า รูปแบบกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการของธุรกิจแมด แพนด้า โฮสเทล มีดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) พบว่า ผู้ประกอบการมุ่งเน้นที่มีความทันสมัย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน 2) ด้านราคา (Price) พบว่า ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ด้านราคาต่ำกว่าคู่แข่ง และตัวเลข 9 เข้ามาใช้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) พบว่า ผู้ประกอบการเลือกทำเลที่ตั้งใจกลางเมืองหัวหิน 4) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ผู้ประกอบการส่งเสริมการขายผ่านทางตัวแทนผ่านทางออนไลน์ 5) ด้านบุคคล (People) ผู้ประกอบการเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและผู้ให้บริการ 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) พบว่า ผู้ประกอบการสร้างบรรยากาศทั้งภายนอกและภายในโฮสเทลให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย และ 7) ด้านกระบวนการ (Process) พบว่า ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์มุ่งเน้นการบริการแบบเป็นกันเอง นอกจากนี้พบว่าผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ด้านคุณภาพการบริการ ดังนี้ 1) การสร้างความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Satisfaction) ผู้ประกอบการเน้นการบริการที่ดี 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) ผู้ประกอบการใช้ช่องทางการติดต่อผ่านทางตัวแทนและใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร 3) ให้ความสนใจในผู้ให้บริการ (Interest)

ผู้ประกอบการเน้นการบริการโดยไม่แบ่งแยกให้ผู้ใช้บริการรู้สึกเท่าเทียมกันและไม่รู้สึก เหมือนถูกทอดทิ้ง 4) ความปลอดภัย (Security) ผู้ประกอบการได้ออกแบบให้ผู้ใช้บริการรู้สึกปลอดภัยในทรัพย์สินของมีค่า

คำสำคัญ : ส่วนผสมทางการตลาดบริการ โฮสเทล ผู้ประกอบการ

### Abstract

The purposes of this research that is a qualitative research. By using case study, the objective is to study the business model. And to study the marketing model and strategy and service quality strategy of Mad Panda Hostel by choosing the sample, the specific model. The tools used are in-depth interview form. Perform data analysis by content analysis method in addition, analysis of the environment by using marketing mix strategies and service quality strategies.

The results revealed that the analysis of the marketing mix strategy model of Mad Panda Hostel business is as follows: 1) Product: Entrepreneurs emphasize on facilities. 2) Price: operators use pricing strategies lower than competitors and numbers 9 are used to create competitive advantages. 3) Place: Entrepreneurs choose the location that is intended in the center of HuaHin. 4) Promotion: Sales promotion Sales representatives via online agents 5) People: Entrepreneurs, focusing on building good relationships between employees and service users 6) Physical Evidence and Presentation: Creating and presenting physical characteristics Entrepreneurs create an atmosphere both outside and inside. Mad Panda Hostel gives the user a relaxed feeling. 7) Process: Entrepreneurs use friendly service. And use English to communicate meaning and understanding in addition, the analysis of service quality strategy is as follows: 1) Satisfaction: Creating satisfaction of users Entrepreneurs focus on good service Creating a good relationship between users in order to create satisfaction for users. 2) Communication: Operators use contact channels via agents and use English to communicate. 3) Interest: Entrepreneurs emphasize good service without discrimination and service alike at all levels, allowing users to feel equal and not feel like being abandoned. 4) Security: The operator has designed the users to feel safe in valuables. In addition, the operators must always check the availability of electronic devices and electrical appliances to be ready for use. As well as creating confidence in the safety of users

Keywords : Marketing mix strategy, Hostel, Entrepreneur

## บทนำ

รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เกิดขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแบบเป็นลักษณะทัวร์เดิน ทัวร์อาหารหรือมาเรียนรู้การทำอาหารในประเทศไทย ทัวร์ตามรอยเส้นทางละครภาพยนตร์ (Pop culture Tourism) ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวจากละคร ภาพยนตร์ เช่น ภาพยนตร์เรื่อง Lost in Thailand ซึ่งเป็นภาพยนตร์จีนมาถ่ายทำในจังหวัดเชียงใหม่ กลายเป็นกระแสให้นักท่องเที่ยวจีนตามรอยเส้นทางภาพยนตร์มาเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จำนวนมาก หรือเส้นทางถ่ายทำภาพยนตร์อเล็กซานเดอร์มหาราช (Alexander the Great) ที่จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัด สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว และในช่วงต่อมาได้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมีกำลังทรัพย์ที่สามารถจ่ายได้ หรือที่เรียกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มหรูหร่า (Luxury Tourism) ถือว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความชื่นชอบในสินค้าและบริการชนิดหรูหร่าซึ่งมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ให้บริการต่าง ๆ เกิดความท้าทายในการขยายฐานลูกค้าและเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพเป็นที่ต้องการในตลาดการท่องเที่ยวประเทศไทยในปัจจุบัน (พงษ์พันธ์ มอญพันธ์, 2559)

สภาพการแข่งขันที่รุนแรงของธุรกิจที่พักอาศัย ทำให้ผู้ประกอบการแต่ละแห่งต้องประสบกับปัญหาที่พักอาศัยให้เองเช่าว่าง มีลูกค้าไม่เต็มจำนวนกับที่พักอาศัยสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นดังกล่าวสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญคือการศึกษาความต้องการของผู้ใช้บริการและนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ที่เหมาะสมเพื่อเป็นการรักษารฐานผู้ใช้บริการรายเก่าและดึงดูดผู้ใช้บริการรายใหม่ให้เข้ามาใช้บริการสถานที่พักอาศัยให้เช่าของตน (วันชนะ ศักดิ์ตระกูลหุ, 2552) ธุรกิจโฮสเทลในประเทศไทยที่พักราคาไม่แรง อยู่แบบห้องรวมมีพื้นที่ส่วนกลางให้นั่งเล่น กินข้าว แลกเปลี่ยนข้อมูล รู้จักเพื่อนใหม่ นีคือนิยามของ 'โฮสเทล' ที่พักสำหรับนักเดินทาง ซึ่งเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยช่วงหลายปีที่ผ่านมาและกลายเป็นธุรกิจในฝันของหลายๆ คน ที่พักแบบโฮสเทลเกิดจากวิถีท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป ในยุคพ่อแม่เขาจะไปเที่ยวแบบทัวร์ ชื้อแพคเกจและไปพักตามโรงแรม ตื่น 6 โมง-กินข้าว 7 โมง-ขึ้นรถทัวร์ 8 โมง แต่คนเจนเนอเรชั่น Y อยากท่องเที่ยวแบบที่แตกต่างออกไป ชอบค้นคว้ามากขึ้น มีนักท่องเที่ยวแบบเดี่ยว ๆ แแบ็กแพ็คเกอร์เยอะขึ้น การท่องเที่ยวแบบนี้เป็นเทรนด์ในยุโรปมาสักพักแล้ว แต่ของไทยเริ่มชัดเจนเมื่อ 3-5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของตลาดโฮสเทลในประเทศไทย (ณัฐ อธิรณพบุลย์, 2559)

ธุรกิจแมด แพนด้าโฮสเทล คือ หนึ่งในธุรกิจให้บริการที่พัก เป็นธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว มีลักษณะเด่นคือภาพวาดแพนด้า และเลือกใช้สีขาวดำซึ่งเป็นสีของแพนด้าตกแต่งบรรยากาศทั้งภายในและภายนอก มีเตียงสองชั้นห้องละ 5 เตียง ทั้งหมด 2 ห้องมีอาหารเช้า, เครื่องดื่มต้อนรับ, ของกำนัล, มินิบาร์, ตะกร้าผลไม้, ของว่างและอินเทอร์เน็ตไร้สาย (wifi) โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น จากตัวแทนจำหน่ายยอดนิยม พบว่าคะแนนรวมทั้งหมด 9.1 เต็ม 10 คะแนน ประกอบด้วย ความสะอาด, สิ่งอำนวยความสะดวก,ทำเลที่ตั้ง,ความสะอาดสบายและคุณภาพห้องพัก,การให้บริการ และความคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย (อัญญา ปลอดเปลื้อง, 2561)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการบริการ ประกอบกับทักษะด้านความคิด กระบวนการ พร้อมทั้งแมต แพนด้า โฮสเทล คือหนึ่งในธุรกิจให้บริการที่พักที่ได้นำกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการบริการให้ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษา กลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางในการรับกับสถานการณ์ในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการโฮสเทล กรณีศึกษา แมต แพนด้า โฮสเทล หัวหิน
2. เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของผู้ประกอบการโฮสเทลกรณีศึกษา แมต แพนด้า โฮสเทล หัวหิน
3. เพื่อศึกษารูปแบบและกลยุทธ์คุณภาพการบริการของผู้ประกอบการโฮสเทล กรณีศึกษา แมต แพนด้า โฮสเทล หัวหิน

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจแมต แพนด้า โฮสเทล พร้อมทั้งศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การบริการของธุรกิจแมต แพนด้า โฮสเทล โดยศึกษาจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง หนังสือ งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ร่วมกับการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. ขอบเขตด้านประชากร เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการ พนักงานผู้ใช้บริการ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ แมต แพนด้า โฮสเทล อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
4. ขอบเขตด้านเวลา ตั้งแต่ เดือน มกราคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2563

### ทบทวนวรรณกรรม

กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการ หลักการตลาด 7Ps หรือ ส่วนผสมทางการตลาดนั้น (Marketing Mix) มีส่วนประกอบด้วยกันทั้งหมด 7 อย่าง ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ธุรกิจมีองค์ประกอบหลักซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอย่างแรก คือ ผลิตภัณฑ์สินค้า (Goods) หรือบริการ (Service) โดยต้องมีคุณลักษณะสำคัญ คือ คุณภาพ (Quality) 2) ราคา (Price) เป็นกลยุทธ์สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการดำเนินธุรกิจ โดยมักจะขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ เช่น ต้นทุนการผลิต เป็นต้น 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การขายหรือกระจายสินค้าที่สามารถทำให้เกิดผลกำไรมากที่สุด ต้องกระจายสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด หากเป็นสินค้าที่ขายไปหลายๆ แห่งวิธีการขาย 4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) ความสำเร็จทางด้านธุรกิจ คือ การขายสินค้า หรือบริการให้ได้มากที่สุด 5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องมีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มี



ความสามารถในการแก้ไขปัญหา 6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า 7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ (เทวฤทธิ์ บัวหลวง, 2559)

ธุรกิจโรงแรมแบบโฮสเทล คือ ที่พักนักท่องเที่ยวราคาประหยัดที่มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น เตียงนอน และที่เก็บของ ส่วนมากจะมีลักษณะคล้ายหอพัก มีเตียงสองชั้นหลายๆเตียงในห้องเดียวกัน สามารถรองรับเข้าพักได้ตั้งแต่ 4,6,8 ไปจนถึง 12 คนต่อห้องบางแห่งจะแยกห้องพักสำหรับผู้หญิงไว้คนละส่วนเพื่อความปลอดภัยและสบายใจระหว่างเข้าพักใช้ห้องน้ำร่วมกันแต่ก็มีบางส่วนของห้องเป็นห้องพักเดี่ยว อาจใช้การปรับเปลี่ยนเตียงแถว อาคารพาณิชย์ ให้เป็นที่พักประเภทโฮสเทล โดยอาจมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ในด้านของสถานที่ตั้ง โฮสเทลอาจไม่ได้ตั้งอยู่ในบริเวณใจกลางเมืองเนื่องด้วยปัจจัยทางด้านราคา แต่ในทางกลับกันโฮสเทลมักตั้งอยู่ใกล้กับสถานีขนส่งสาธารณะ อันได้แก่ สถานีรถไฟ สถานีรถไฟฟ้า สถานีรถไฟใต้ดิน และส่วนมากจะตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต (เอกราช ลักษณะสัมฤทธิ์, 2560)

คุณภาพการบริการ ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์ 4 อย่าง ดังนี้ 1) ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Satisfaction) 2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) 3) ให้ความสนใจในผู้ใช้บริการ (Interest) และ 4) ความปลอดภัย (Security) โดยธุรกิจบริการเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ผลิตการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภค โดยใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบระดับคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจพัฒนาเข้าสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพ ซึ่งหากธุรกิจบริการเหล่านี้สามารถพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการให้เป็นระบบก็จะสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพมาตรฐานของตนเองให้สนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้ตนเองได้อย่างยั่งยืนและสามารถพัฒนาต่อยอดสู่มาตรฐานคุณภาพในระดับสากลต่อไป (พิมานมาศ ลีเลิศวงศ์ภักดี, 2559)

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีวิทยาแบบปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology Theory) โดยมี วิธีการมุ่งศึกษาและทำความเข้าใจประสบการณ์การดำเนินชีวิตในแต่ละวันของบุคคลว่าแท้จริงแล้วบุคคล นั้นรับรู้และให้ความหมายกับประสบการณ์ที่กระทำอย่างไรบ้าง มีความคิด ความรู้สึกอย่างไรต่อบุคคล และเหตุการณ์แวดล้อมต่าง ๆ โดยเน้นข้อมูลจริง และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือหลัก (สุภางค์ จันทวานิช, 2552)

#### 1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลพื้นฐานในการทำวิจัยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ เว็บไซต์ งานวิจัยที่เกี่ยวกับรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจแมต แพนด้า โฮสเทลรวมถึงการศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การบริการของธุรกิจแมต แพนด้า โฮสเทล

1.2 การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ เป็นข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์โดยมาจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ พูดคุย บันทึกเสียง และจดบันทึก

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 2.1 ผู้วิจัย

2.2 สมุดบันทึก เพื่อใช้บันทึกข้อมูลและรายละเอียดการสัมภาษณ์

2.3 โทรศัพท์เพื่อบันทึกเสียงเพื่อช่วยให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นในการสัมภาษณ์

2.4 สังเกตการณ์ เพื่อศึกษาเหตุการณ์ ปรากฏการณ์ต่างๆ เพื่อให้เข้าใจลักษณะ ธรรมชาติและความเกี่ยวข้องกันระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ของเหตุการณ์หรือปรากฏการณ์นั้นๆ

3. ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้ระยะเวลา ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร โดยผู้วิจัยได้ศึกษารวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งจาก เอกสาร บทความ เว็บไซต์ และข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

3.2 เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้สัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มบุคคลเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีดำเนินการสัมภาษณ์ ตามแนวคำถามที่ได้จัดตั้งขึ้น และได้บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรในสมุดบันทึก ควบคู่ไปกับการบันทึกเทปการสัมภาษณ์

4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วย ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล ตรวจสอบแหล่งข้อมูล ได้แก่ แหล่งเวลาที่แตกต่างกันออกไป แหล่งสถานที่ที่ที่แตกต่างกันออกไป แหล่งบุคคลโดยการสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการ 2) การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้านผู้วิจัย 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีเก็บรวบรวมข้อมูล และ 4) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (สุภางค์ จันทวานิช, 2552)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจแมด แพนด้า โฮสเทล โดยนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่แยกแยะ เรียบเรียงและตีความหมายเพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลตรงตามวัตถุประสงค์ และสามารถนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์ ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากตำรา เอกสาร งานวิจัย รวมถึงข้อมูลที่ได้จากรายงานบทวิเคราะห์และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องมาประกอบเพื่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย( ณิช อีรนไพบุลย์ ,2554)

## ผลการวิจัย

1. รูปแบบในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจแมด แพนด้า โฮสเทล จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว โดยมีจุดเริ่มต้นการมีประสบการณ์การทำงานโรงแรมประมาณ 10 ปี และมีความชื่นชอบที่ฝึกแบบโฮสเทลจากประสบการณ์เข้าพักทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนมีความมุ่งหวังจะดำเนินธุรกิจ

เกี่ยวกับห้องพักแบบเรียบง่าย อีกทั้งธุรกิจโฮสเทลในช่วงนั้นเพิ่งกำลังมีการขยายตัวและมีชื่อเสียง จึงตัดสินใจลงทุนจัดตั้งโฮสเทลนี้ขึ้นมาโดยใช้ชื่อว่าแมด แพนด้า สาเหตุที่ตั้งชื่อแมด แพนด้า เพราะ เป็นคนที่ชื่นชอบแพนด้าเป็นอย่างมาก จึงนำมาเป็นจุดเด่นในการสร้างอัตลักษณ์ของโฮสเทล ใช้ตัวโทนสีชาวดำ มาจาก สีของแพนด้า พร้อมทั้งตกแต่งด้วยใบไม้พลาสติกและภาพตกแต่งรูปแพนด้า เพื่อตอกย้ำอัตลักษณ์ให้มีความชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการให้ออกแบบการบริการแบบเป็นกันเอง ดูแลผู้ใช้บริการเปรียบเสมือนเพื่อนมาเที่ยวบ้านตนเอง ในระยะเริ่มต้นผู้ประกอบการกำหนดกลุ่มเป้าหมายโดยมีการแบ่งส่วนการตลาดตามพฤติกรรมศาสตร์ของผู้ใช้บริการที่มีลักษณะชอบเที่ยวคนเดียวและต้องการที่จะพักผ่อนในราคาที่ไม่สูงมาก การเลือกตลาดกลุ่มเป้าหมายมุ่งหวังไปที่ตลาดเฉพาะส่วน (Niche Market) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอายุตั้งแต่ 18-40 ปี พร้อมทั้งผู้ประกอบการเน้นการเอาใจใส่ ให้ความสำคัญเป็นส่วนตัว ห่วงใยผู้ใช้บริการเปรียบเสมือนบุคคลในครอบครัว

## 2. รูปแบบและกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการ

### 2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการวางกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ดังนี้

2.1.1 ห้องพัก ภายในห้องเป็นพื้นไม้ ลื่นชักไม้ และชุดเครื่องนอนเป็นสีขาวทั้งหมด เพื่อสร้างบรรยากาศให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย และสบายตามากยิ่งขึ้น

2.1.2 ห้องน้ำ ภายในห้องน้ำมี เครื่องทำน้ำอุ่น ฝักบัว ผ้าเช็ดตัว และเครื่องเป่าลม นอกจากนี้ยังมีของใช้ส่วนตัวให้บริการ อาทิเช่น ครีมนวดน้ำ ยาสระผม เพื่ออำนวยความสะดวกผู้ใช้บริการและทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลายระหว่างอาบน้ำ

2.1.3 พื้นที่ห้องนั่งเล่น ภายในห้องนั่งเล่นมีพื้นที่ให้ทำกิจกรรม มีโทรทัศน์ คอมพิวเตอร์ โซฟา และเกมส์ต่าง ๆ ให้ผู้ใช้บริการได้ผ่อนคลาย

2.1.4 การให้บริการ นอกจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้บริการตามความต้องการของผู้ใช้บริการแล้ว ยังมีบริการอาหารเช้า อาหารกลางวันและเครื่องดื่มต่าง ๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายแก่ผู้ใช้บริการ

2.2 ด้านราคา (Price) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้มีการใช้กลยุทธ์ดังนี้ 1) กลยุทธ์ราคาต่ำกว่าคู่แข่ง จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการกำหนดราคาต่ำกว่าคู่แข่ง ประมาณ 50-100 บาท เพื่อให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการ 2) กลยุทธ์เลข 9 จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการกำหนดราคาลงท้ายด้วยเลข 9 เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกว่าคุณค่าบริการถูกลง อาทิเช่น ราคา 399 บาท หรือ 499 บาท

2.3 ด้านสถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเลือกทำเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่ายดังนี้ 1) ผู้ประกอบการเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้จุดเชื่อมต่อการเดินทาง ใกล้กับแหล่งผู้ใช้บริการ โดยสถานที่จะอยู่ใจกลางเมืองหัวหิน อยู่ใกล้ตลาดโต้รุ่งและห่างจากชายหาดหัวหินเพียง 1 กิโลเมตร เพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้บริการ 2) ผู้ประกอบการเลือกใช้กลยุทธ์แบบการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการที่สนใจจะจองที่พัก โดยมีการผูกกับตัวแทนมากมาย เพื่ออำนวยความสะดวก

ให้กับผู้ใช้บริการ โดยผู้ใช้บริการสามารถจองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ที่เป็นตัวแทน ได้แก่ บুকกิ้ง (Booking) , อโกด้า (Agoda), ทราเวลโลกะ (Traveloka) เป็นต้น หรือสามารถเข้ามาจองได้ที่หน้าโฮสเทล ซึ่งสถานที่ตั้งยังตั้งอยู่ใจกลางเมืองหัวหิน เป็นทำเลที่ดีมาก

2.4 ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้ใช้กลยุทธ์ด้านสร้างความแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ใช้บริการ มีการส่งเสริมการตลาดโดยการลดราคาห้องพักในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวในราคาครึ่งต่อครึ่ง มีกิจกรรมและดนตรีต่าง ๆ ที่น่าสนใจ อีกทั้งยังพาผู้ใช้บริการไปเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวโดยไม่เสียค่าบริการเพิ่มอีกด้วย

2.5 ด้านบุคลากร (People) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบและพนักงานเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ มีการอบรมความสามารถในการบริการ และสร้างบุคลิกภาพ ให้แสดงออกต่อผู้ใช้บริการด้วยความเต็มใจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2.6 ด้านกระบวนการให้บริการ (Process) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้มีการออกแบบเครื่องแต่งกายในชุดสีขาว เพื่อความเรียบร้อยและสะอาดตา และมีการสร้างกฎระเบียบ เพื่อให้ทุกคนสามารถปฏิบัติตามและเข้าใจตรงกัน อาทิเช่น ป้ายห้ามใส่รองเท้าขึ้นบันได เช็ดเท้าก่อนออกจากห้องน้ำ เป็นต้น

2.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้เลือกทำเลที่ตั้งทั้งสิ่งแวดล้อมภายนอกและภายในดังนี้ 1) ผู้ประกอบการเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ตรงใจกลางเมืองหัวหิน อยู่ใกล้ตลาดโต้รุ่ง ห่างจากชายหาดหัวหินเพียง 1 กิโลเมตร และอยู่ใกล้สถานีตำรวจหัวหินเพียง 800 เมตร เพื่อสร้างความมั่นใจ และความปลอดภัย ให้แก่ผู้ใช้บริการ 2) การสร้างบรรยากาศภายในโฮสเทลเมื่อผู้ใช้บริการได้เข้าไปสัมผัสครั้งแรกจะรู้สึกผ่อนคลาย ด้วยสีขาวดำที่ทำให้รู้สึกสบายตาและวัสดุตกแต่งเป็นภาพวาด และตุ๊กตาแพนด้ามากมาย ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

### 3.รูปแบบและกลยุทธ์ด้านคุณภาพการบริการ

3.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Satisfaction) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการเป็นหลัก เน้นการบริการที่เป็นกันเอง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน

3.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการเน้นการใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักในการสื่อสาร โดยกลุ่มผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ นอกจากนี้ยังมีช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านทางแพนเพจเฟซบุ๊ก แมต แพนด้า โฮสเทล หรือสามารถติดต่อผ่านทางตัวแทนต่าง ๆ ได้ อาทิเช่น บุกกิ้ง (Booking), อโกด้า (Agoda), ทราเวลโลกะ (Traveloka) เป็นต้น ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกสบายและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

3.3 การให้ความสนใจในลูกค้า (Interest) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสนใจและเอาใจใส่แก่ผู้ใช้บริการทุกระดับ นอกจากนี้ มีการละลายพฤติกรรมโดยมีกิจกรรมสานสัมพันธ์ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ให้กับผู้ใช้บริการ อาทิเช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลคริสต์มาส เป็นต้น

3.4 ความปลอดภัย (Security) จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้ออกแบบให้ผู้ให้บริการรู้สึกปลอดภัยในทรัพย์สินที่มีค่า โดยมีการให้บริการล็อกเกอร์ ล็อกตู้ไม้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการนั้นตรวจสอบความพร้อมของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าให้มีความพร้อมในการใช้งานอยู่เสมอ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยกับผู้ให้บริการ

## อภิปรายผล

1. รูปแบบในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจแมต แพนด้า โฮสเทล ธุรกิจแมต แพนด้า โฮสเทลเป็นธุรกิจเจ้าของคนเดียว โดยจะอาศัยอำนาจการตัดสินใจเพียงคนเดียวเพื่อความคล่องตัวในสภาพสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูง ที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของจิตติมา ผการัตน์สกุล อ้างถึง O.C. Ferrel และ Geoffrey Hirt (2005 : 85) ได้กล่าวว่า กิจการเจ้าของคนเดียวมีข้อดีในการ ก่อตั้งง่ายและมีต้นทุนต่ำ อีกทั้งยังมีความยืดหยุ่นสูง กำไรทั้งหมดที่ได้เป็นของเจ้าของเพียงแต่ผู้เดียว ซึ่งธุรกิจแมต แพนด้า โฮสเทลจำเป็นต้องมีกระบวนการในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ เริ่มจากการวางแผน วางแนวทางของกิจการ เลือกทำเล กำหนดกลุ่มเป้าหมาย เลือกประเภทสินค้า กำหนดปริมาณสินค้าและบริการ คงคลังให้เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ เทพฤทธิ์ พิณนาคิโย่ อ้างถึง Fremont, E. Kast, James, E. Rosenzweig (1970 : 435-436) อธิบายว่า การวางแผนคือ กระบวนการพิจารณาตัดสินใจล่วงหน้าว่าจะดำเนินการ อย่างไร การเลือกวัตถุประสงค์ นโยบาย โครงการ และวิธีปฏิบัติเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์

## 2. รูปแบบและกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาดบริการ

2.1 กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการรายใดมีเงินทุนหมุนเวียนสูงยิ่งมีความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจในด้านของการบริการที่สามารถลงทุนตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจได้ สอดคล้องกับ ญัฐ อีรนพไพบุลย์ (2554) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซน์ตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ

2.2 กลยุทธ์ด้านราคา จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ แมต แพนด้า โฮสเทล เน้นสร้างความแตกต่างจากการบริการเพื่อสร้างความแตกต่างหลากหลายตามระดับราคา สูง กลาง ต่ำ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการที่แตกต่างของผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะฉะนั้นหากผู้ประกอบการรายใดมีเงินทุนสูงยิ่งได้เปรียบทางการแข่งขันเรื่องราคา สอดคล้องกับ ญัฐ อีรนพไพบุลย์ (2554) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าบริการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการบริการเพื่อสร้างแรงดึงดูดจากผู้ใช้บริการ

2.3 กลยุทธ์ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย จากการศึกษาพบว่า รูปแบบธุรกิจแมตแพนด้า โฮสเทลนั้นจำเป็นต้องมีสถานที่ที่เหมาะสมแก่การบริการ การหาทำเลที่ดีเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจโฮสเทล

สอดคล้องกับ ฌ็อง อีรอนไฟบูลย์ (2554) ช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึง สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดี เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการโดยมุ่งผลกำไร

2.4 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจแมด แพนด้า โฮสเทล มีการโฆษณาผ่านทางสื่อออนไลน์ต่างๆมากมาย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ใช้บริการ และอาศัยการจัดทำแผนบริการหลังจากที่ผู้บริการได้ใช้บริการเสร็จ อาทิเช่น การติดต่อ พูดคุย ถามความเป็นอยู่ ให้ผู้ใช้บริการรู้สึกใกล้ชิด และกลับมาใช้บริการอีกครั้ง สอดคล้องกับ ชีววรรณ เจริญสุข (2547) เป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิด ต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำในการบริการโดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

2.5 ด้านบุคลากร จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบและพนักงานได้มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้กับผู้ใช้บริการ มีการอบรมความสามารถในการบริการ และสร้างบุคลิกภาพ ให้แสดงออกต่อผู้ใช้บริการด้วยความเต็มใจ เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง สอดคล้องกับ Kotler (2000 : 428) กล่าวถึง การบริการ ว่าคือ การกระทำหรือความสามารถที่บุคคลหนึ่งตอบสนองต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยเป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ อาจจะไม่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ

2.6 ด้านกระบวนการให้บริการ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้มีการออกแบบเครื่องแต่งกายในชุดสีขาว เพื่อความเรียบร้อยและสะอาดตา และมีการสร้างกฎระเบียบ เพื่อให้ทุกคนสามารถปฏิบัติตามและเข้าใจตรงกัน อาทิเช่น ป้ายห้ามใส่รองเท้าขึ้นบันได เช็ดเท้าก่อนออกจากห้องน้ำ เป็นต้น สอดคล้องกับ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) กล่าวถึง ผู้บริโภคนิยมสินค้าที่หาซื้อได้แพร่หลายทั่วไป และราคาถูก แนวคิดเช่นนี้มีถูกนำไปใช้ในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งผู้บริโภคมักจะสนใจตัวสินค้ามากกว่ารูปแบบ

2.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการได้เลือกทำเลที่ตั้งใจกลางเมือง เพื่อสร้างความมั่นใจ และความปลอดภัย ให้แก่ผู้ใช้บริการ และการสร้างบรรยากาศภายในโฮสเทลเมื่อผู้ใช้บริการได้เข้าไปสัมผัสครั้งแรกจะรู้สึกผ่อนคลาย ด้วยสีขาวดำที่ทำให้รู้สึกสบายตาและวัสดุตกแต่งเป็นภาพวาด และตุ๊กตาแพนด้ามากมาย ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ สอดคล้องกับ (Kotler,2003) กล่าวถึง การเตรียมกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพบริษัทต้องศึกษาคู่แข่งลูกค้าปัจจุบันและลูกค้าที่มีศักยภาพในอนาคต บริษัทต้องกำหนดกลยุทธ์การแข่งขัน วัตถุประสงค์จุดแข็ง จุดอ่อนและรูปแบบของการโต้ตอบของคู่แข่ง

### 3. รูปแบบและกลยุทธ์ด้านคุณภาพการบริการ

3.1 ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ (Satisfaction) จากผลการศึกษาพบว่า เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการบริการหากผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้จะสามารถทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจได้ สอดคล้องกับ Kotler (2000 : 428) กล่าวถึง การบริการ ว่าคือ การกระทำหรือความสามารถที่บุคคลหนึ่งตอบสนองต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยเป็นสิ่งที่สัมผัสไม่ได้ อาจจะไม่เกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพ

3.2 การติดต่อสื่อสาร (Communication) จากผลการศึกษาพบว่า การบอกให้ผู้ให้บริการได้รับทราบถึงรายละเอียดของการบริการต่าง ๆ โดยการใช้ภาษาเพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้าใจได้ง่าย สอดคล้องกับ ปรัชญา เวสารัชช (2540, หน้า 48 - 53 อ้างถึงใน สุนันทา ทวีผล, 2550, หน้า 17) ได้กล่าวไว้ว่า เกี่ยวกับวิธีการสร้างความประทับใจสำหรับประชาชนผู้รับบริการ อาจทำได้หลากหลายขึ้นอยู่กับกำลังทรัพยากรที่มีและความตั้งใจที่จะให้บริการที่ดี โดยพนักงานผู้ให้บริการเป็นเรื่องสำคัญ

3.3 ให้ความสนใจในผู้ใช้บริการ (Interest) จากผลการศึกษาพบว่า การให้ความสนใจและเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการนั้นเป็นสิ่งจำเป็น ไม่ว่าจะผู้ใช้บริการจะเป็นใคร ต้องดูแลเอาใจใส่เขา อย่าทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าถูกทอดทิ้งไม่ได้รับการเอาใจใส่จากพนักงาน สอดคล้องกับ สมิต สัจฉกร (2542) โดยกล่าวว่า พนักงานผู้ให้บริการที่มีการแสดงออกให้ผู้ใช้บริการเห็นว่า มีมิตรไมตรีก็เป็นการชนะใจตั้งแต่ต้น ความมีมิตรไมตรีจะนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นงานประเภทใดการบริการที่ดีบวกกับการให้ความช่วยเหลือ 10) ความเชื่อถือได้ (Credibility) การที่ธุรกิจผู้ให้บริการมีการบริการที่ดี มีการได้รับรางวัล หรือการบอกต่อจากผู้ใช้บริการที่เคยมาใช้บริการ สร้างความน่าเชื่อถือโดยการบริการตามมาตรฐานที่สม่ำเสมอ จะสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและมั่นใจในบริการ สอดคล้องกับ สมิต สัจฉกร (2542) โดยกล่าวว่า พนักงานผู้ให้บริการที่มีการแสดงออกให้ผู้ใช้บริการเห็นว่า มีมิตรไมตรีก็เป็นการชนะใจตั้งแต่ต้น ความมีมิตรไมตรีจะนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นงานประเภทใดการบริการที่ดีบวกกับการให้ความช่วยเหลือ

3.4 ความปลอดภัย (Security) จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการจะต้องได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาภายหลัง ไม่ผิดพลาดจากการทำงานของพนักงานให้บริการ สอดคล้องกับ แม็คคอร์มิค (McComick, 1965 อ้างถึงใน กิตติยา เหมันค, 2548, หน้า 9) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึง แรงจูงใจของมนุษย์ ซึ่งตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวกันอย่างใกล้ชิดกับ ผลสัมฤทธิ์ และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงซอฟต์แวร์ที่ใช้การบริหารจัดการ เช่น ระบบจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management), ระบบ PMS (Property Management System), ระบบ POS (Point of Sale), ระบบ Hotel Doorlock และระบบบัญชี (General ledger) เป็นระบบการบันทึกการทำงาน of พนักงาน เพื่อประเมินความสามารถ ประเมินเงินเดือน ระบบเหล่านี้จะช่วยในการบริหารเงินเดือนของพนักงานและบันทึก ขาด ลา มาสาย

2. จากการศึกษาพบว่าธุรกิจโรงแรมแบบโฮสเทลนั้น มีการใช้พลังงานค่อนข้างสูง และมีต้นทุนในการใช้พลังงานต่าง ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการเข้าสู่การเป็น โฮสเทลที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Hostel) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและทัศนคติเชิงบวกให้แก่ผู้ใช้บริการ

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการสร้างโอกาสทางการแข่งขัน เพื่อสร้างข้อได้เปรียบในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง
2. ควรศึกษาการสร้างโอกาสทางธุรกิจสู่การทำธุรกิจสู่เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ กับกลุ่มลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ

### บรรณานุกรม

- ชีวรรณ เจริญสุข (2547). กลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของร้านค้าปลีกไทยแบบดั้งเดิม. (ไขว่ห่วย).  
บัณฑิตวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร, มหาวิทยาลัยศรีปทุม. บริหารธุรกิจ การตลาด.
- ฐิติมา ผการัตน์สกุล และวิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2558). กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเสื้อผ้า. แพนชั่นผ่านเครือข่าย  
สังคมออนไลน์, Veridian E-Journal, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ณัฐ อธิรณไพบูลย์ (2554). ความพึงพอใจของผู้รับเหมาต่อส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์คอนกรีตผสมเสร็จ  
ของโรงงานซีแพคแฟรนไชส์ สาขาจอมทอง. บัณฑิตวิทยาลัย. เชียงใหม่.
- พงษ์พันธ์ มอญพันธ์. (2559). Future Traveler Tribes 2030 Building a More Rewarding Journey. TAT  
Review, 2(1), 12-19.
- พิมานมาศ ลีเลิศวงศ์ภักดี. (2552) ความพึงพอใจ และพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์กับแนวโน้ม  
การใช้บริการร้าน Sorbet&Sherbet โกลเด้น เพลซ. สารนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสาขาวิชา  
การจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.
- วันชนะ ศักดิ์ตระกูลหรุ. (2552). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเช่าที่อยู่อาศัยประเภท  
อพาร์ทเมนท์กับบ้านเช่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. (การศึกษาค้นคว้าอิสระ ปริญญา  
มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, งามอาจ ปทะวานิช และปริญญ์ ลักษิตานนท์. (2546). การบริหารการตลาดยุค  
ใหม่. กรุงเทพมหานคร: ซีระพี ลัม และไซเท็กซ์.
- สมิต สัจฉกร. (2542). การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: วิทยุชนจำกัด.
- สุนันทา ทวีผล. (2550). ความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการให้บริการด้านให้คำปรึกษาแนะนำปัญหาด้าน  
กฎหมายของสำนักงานอัยการพิเศษฝ่ายช่วยเหลือทางกฎหมาย3 (สคช.). ปัญหาพิเศษรัฐประศาสนศาสตร์  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.



สุภางค์ จันทวานิช. (2540). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกราช ลักษณะสัมฤทธิ์. (2560). รู้จักโฮสเทล ที่พักคู่ใจของเหล่าแบ็คแพ็คเกอร์

Agoda (2563) แมด แพนด้า โฮสเทล หัวหิน (Mad Panda Hostel HuaHin) สืบค้นจาก <https://www.agoda.com/th-th/mad-panda-hostel-huahin/hotel/hua-hin-cha-am-th.html?cid=1844104>

Kotler, P. (2003). Marketing management. New Jersey: Prentice-Hall.

McCormick, E. J. & Daniel, L. R. (1965). Industrial Psychology. (7th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice - Hall.