

การออกแบบธุรกิจพูลวิลล่าในอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น
**Business Model Design of Pool Villa Resort in Phu Pha Man
District, Khon Kaen Province**

พรรชนี แนวประเสริฐ และ นิติพล ภูตะโชติ

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Pansinee Naeoprasert and Nitipon Phutachote

Khon Kaen University, Thailand

Corresponding Author, E-mail: Pansinee_n@kkumail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมทางเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยว 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม และ 3) ออกแบบธุรกิจพูลวิลล่าในอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในอำเภอภูผาม่าน จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ครอนบาค 0.98 สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

1. พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการที่พักแรมส่วนใหญ่เคยเข้าพักที่ที่พักแรมหรือที่พักในพื้นที่อำเภอภูผาม่าน จำนวน 4-5 ครั้ง สถานที่ที่เคยเข้าพัก คือ ภูผาม่านผืน ไวน์วูด วัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมให้ความสำคัญมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม แตกต่างกัน

3. การออกแบบธุรกิจพูลวิลล่าด้วยการนำเสนอคุณค่าด้านการบริการห้องพักและสระว่ายน้ำน้ำแร่ ลูกค้าย่อมมีช่องทางในการติดต่อกับลูกค้าผ่านโทรศัพท์ และสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีพนักงานที่มีจิตใจแห่งการบริการที่ดีเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า โครงสร้างต้นทุนในการเริ่มต้นโครงการ และการดำเนินการปีที่ 1 เป็นเงิน 14,521,095.00 บาท การประมาณการรายได้ ปีที่ 1-5 เป็นเงิน 24,782,400 บาท จะเห็นได้ว่าการออกแบบธุรกิจทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ จึงควรส่งเสริมให้มีการออกแบบธุรกิจ

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค; ปัจจัยส่วนประสมการตลาด; การออกแบบธุรกิจ; พูลวิลล่า

*วันที่รับบทความ : 17 สิงหาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 25 สิงหาคม 2567; วันที่ตอบรับบทความ : 27 สิงหาคม 2567

Received: August 17 2024; Revised: August 25 2024; Accepted: August 27 2024

Abstract

The objectives of this study were 1) behavior of choosing accommodations of traveler, 2) the service marketing mix factors in deciding to use accommodation services, and determine the design of the pool villa business in Phu Pha Man District, Khon Kaen Province. The sample group were 400 respondents whom traveler to Phu Pha Man District., that collected data by accidental sampling method. The tool used to collect data were the questionnaires, that had Cronbach's alpha at 0.98. The statistics used for data analysis include percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA.

The following were the results:

1. Consumer behavior in choosing to use accommodation services, most of them have stayed at accommodation in Phu Pha Man District 4-5 times. The places they have stayed are Pha Man Fan, and Wine Wood. The purpose of which is for tourism and relaxation.

2. The service marketing mix factor in deciding to use accommodation services is most highest important. The sample group has different ages, occupations, and average monthly incomes. They give different importance to the service marketing mix factor in deciding to use accommodation services.

3. The design of the pool villa business, the value proposition was the room reservation and swimming pool, and channels to contact customers were conducted through the telephone and social media. Customer relationships was the hotel staff who were service-minded and built a positive relationship. The cost structure to start the project and the first year of operation was 14,521,095.00 Thai Baht. The revenue from room reservations for Years 1-5 would be 24,782,400 Thai Baht. It can be seen that business design makes the business successful, so business design should be promoted.

Keywords: Consumer Behavior; Marketing Mix Factors; Business Model Design, Pool Villa

บทนำ

ธุรกิจโรงแรมและที่พักเป็นธุรกิจประเภทหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เกิดขึ้นจากการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวที่ผู้เดินทางเกิดความต้องการในเรื่องของที่พักอาศัย อาหาร และบริการอื่น ๆ (อริสรา เสงยานนท์, 2560: 34) โดยมีวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจเพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับที่พักอาศัยชั่วคราว อาหาร หรือบริการอื่น ๆ แก่ผู้ที่เข้ามาพัก (นิศศา ศิลปเสฐ, 2560: 5) ธุรกิจโรงแรมและที่พักเป็นภาคธุรกิจที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หมวดที่พักแรมและบริการด้านอาหาร ปี พ.ศ. 2566 มีมูลค่าสูงถึง 1,153,284.275 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567: ออนไลน์) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โดยธุรกิจโรงแรมและ ที่พักมีรายได้คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 65 ของรายได้จากการท่องเที่ยวรวม (พุทธชาติ ลุนคำ, 2566: ออนไลน์)

จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดหลักจังหวัดหนึ่งทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย นับเป็นศูนย์กลางอีกแห่งของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และศูนย์กลางพื้นที่ลุ่มแม่น้ำโขง ทั้งในเรื่องเศรษฐกิจ การลงทุน การค้า การศึกษา และการบริการต่าง ๆ จากข้อมูล ปี พ.ศ. 2566 จังหวัดขอนแก่นมีนักท่องเที่ยว

เดินทางมาเยือนสูงถึง 3,511,223 คน และมีรายได้จากการท่องเที่ยว 9,581.66 ล้านบาท จากสถานการณ์การพักแรมจำนวนผู้เข้าพัก และรายได้จากผู้เข้าพักจังหวัดขอนแก่นช่วงเดือนมกราคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2566 จำนวน 1,685,289 คน โดยมีรายได้จากการเข้าพักแรมของนักท่องเที่ยว 6,228.08 ล้านบาท ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2565 แล้วมีรายได้เพิ่มขึ้น ร้อยละ 13.55 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567: ออนไลน์) อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น มีลักษณะพื้นที่ส่วนใหญ่ถึงสองในสามของพื้นที่ 2 ใน 3 เป็นเขตภูเขาและป่าไม้ โดยเป็นภูเขาหินปูนสูงชันเป็นหินส่วนใหญ่ และเป็นที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติภูผาม่าน อำเภอกุฉินารายณ์จึงเป็นอำเภอในอ้อมกอดแห่งขุนเขาและม่านหมอก ที่มีความสงบและเรียบง่าย มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้แวะ ทั้งที่พัก คาเฟ่ สวยวิวดมผิงเห็นวิวของภูผาม่านเกือบทุกที่ หากมาเที่ยวช่วงฤดูฝน จะได้พบกับเขียวจีของทุ่งนาป่าเขาและสายหมอก ช่วงหลังฝนตกจะสามารถมองเห็นสายหมอกลอยคลอเคลียไปตามหุบเขา ซึ่งบรรยากาศคล้าย ๆ ทางภาคเหนือ โดยมีแหล่งที่สำคัญ ๆ ดังนี้ จุดชมวิวนางรองสมอ Blue Lagoon ภูผาม่าน อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน ถ้ำค้างคาว สวนสนดงลาน จุดชมวิว ดงสะคร่าน น้ำตกตาดฟ้า น้ำตกตาดใหญ่ เป็นต้น อีกทั้งมีที่พักและคาเฟ่สวย ๆ หลายแห่ง ที่ทำให้นักท่องเที่ยวและนักเดินทางจำนวนมากแวะมาท่องเที่ยวและถ่ายรูป เช่น ภูผาม่าน โฮมสเตย์ ศรีผาม่าน ภูน้อยแคมป์ ผาม่านฝัน ภูผาม่านฮิล ไฮเนการ์เด็นท์ เฮาส์ ตากับยาย บ้านผาสุก หลงเขา กางนา คาเฟ่ แอนด์โฮมสเตย์ เป็นต้น (ไปด้วยกัน, 2566: ออนไลน์) ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแบบคาเฟ่และรีสอร์ทให้นักท่องเที่ยวได้เข้าพัก ในช่วงเทศกาลหรือวันหยุด ที่พักแรมมีไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวในอำเภอกุฉินารายณ์ที่เพิ่มมากขึ้น จึงมีนักเดินทางผู้ผ่านทางจำนวนมาก จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าที่พักแรมในอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น มีจำนวน 24 แห่ง เป็นในรูปแบบของรีสอร์ทและลานกางเต็นท์ จึงยังเป็นโอกาสให้ธุรกิจ ที่พักประเภทที่พักแบบพูลวิลล่าในอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น เข้าสู่ธุรกิจได้

จากความเป็นมาดังกล่าวผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาธุรกิจที่พักประเภทพูลวิลล่าในอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น ประกอบกับการศึกษาพฤติกรรมทางเลือกที่พักแรม และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของกลุ่มเป้าหมาย แล้วนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกำหนดแบบธุรกิจได้ตรงกับความต้องการ ดังนั้น จึงเป็นที่มาของผู้ศึกษาที่จะทำการศึกษาการออกแบบธุรกิจพูลวิลล่าในอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมทางเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อออกแบบธุรกิจพูลวิลล่าในอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยการเก็บรวบรวมแบบสอบถาม

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนที่เข้าพักในที่พักแรมที่ตั้งอยู่ในอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน คำนวณโดยใช้สูตร Cochran (1977: 76) กำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิด 0.05 ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 384 คน จึงได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 คน หลังจากนั้นทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยแบบสอบถามมีลักษณะ ปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ **ตอนที่ 1** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีคำถามทั้งหมดจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะคำถามเป็นปลายปิดแบบนามบัญญัติ **ตอนที่ 2** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอภูผาม่าน มีจำนวน 16 ข้อ โดยมีคำถามมีลักษณะปลายปิดแบบนามบัญญัติ และมาตราเรียงอันดับ **ตอนที่ 3** เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอภูผาม่าน ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ คำถามทั้งหมดจำนวน 40 ข้อ โดยคำถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) วัดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2560: 101) ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จากการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.92 ด้านราคา เท่ากับ 0.87 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับ 0.81 ด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 0.91 ด้านพนักงาน เท่ากับ 0.92 ด้านกระบวนการบริการ เท่ากับ 0.97 ด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากับ 0.93 ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพ เท่ากับ 0.90 และรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.98 ซึ่งมีค่าสูงกว่า 0.7 นั่นคือ แบบสอบถามชุดนี้มีคุณภาพ สามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้ (Sekaran & Bougie, 2020: 305-306)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้ 1) ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นกับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนที่เข้าพักในที่พักแรมที่ตั้งอยู่ในอำเภอภูพาน โดยให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามด้วยตนเองผ่านแบบสอบถามออนไลน์บนกูเกิ้ลฟอร์ม ระหว่างช่วงเดือนเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม พ.ศ. 2567 เป็นเวลา 2 เดือน กับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนที่เข้าพักในที่พักแรมที่ตั้งอยู่ในอำเภอภูพาน จนได้จำนวนข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ครบจำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 2) ตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอเป็นตารางประกอบการบรรยายผล และมีเกณฑ์แปลผลค่าเฉลี่ย 5 ระดับ ดังนี้ 4.21 - 5.00 สำคัญมากที่สุด 3.41 - 4.20 สำคัญมาก 2.61 - 3.40 สำคัญปานกลาง 1.81 - 2.60 สำคัญน้อย และ 1.00 - 1.80 สำคัญน้อยที่สุด 2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน กรณีแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบด้วยสถิติ t-test แบบกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระกัน (Independent t-test) และกรณีแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่มขึ้นไป ผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

สมมติฐานการวิจัย มีดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 เพศที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 อายุแตกต่างกันที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม แตกต่างกัน

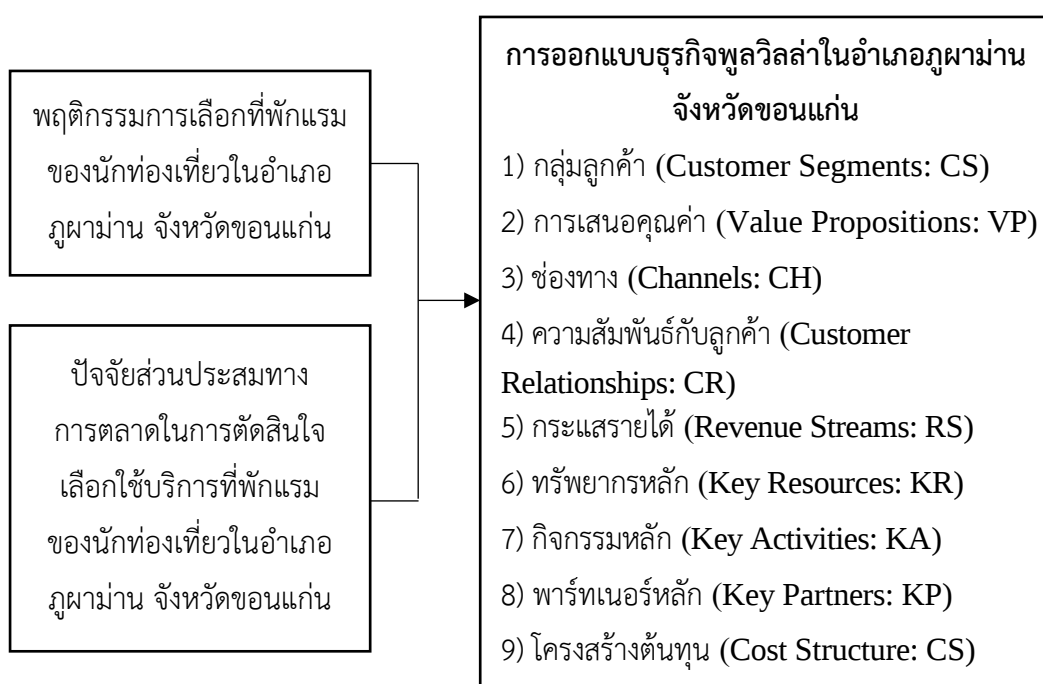
สมมติฐานข้อที่ 3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 อาชีพที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม แตกต่างกัน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การออกแบบธุรกิจพุลวิลล่าในอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้มีการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี ดังนี้ Kotler, Keller and Chernev (2021: 173-175) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปแบบของการค้นหา การประเมิน ตัดสินใจเลือกซื้อ เลือกใช้ และพฤติกรรมที่แสดงออกหลังการซื้อ ของผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของตน มีคำถาม 7 ประการ หรือ 6Ws และ 1H เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ชีริกิติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2563: 127-132) ได้อธิบายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรทางการตลาดที่ใช้เป็นเครื่องมือการตลาดที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ต่อมาธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น รวมทั้งมีการบริการเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงได้เพิ่มส่วนประสมการตลาดเข้ามาอีก 3 ด้าน ได้แก่ พนักงาน กระบวนการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ และ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพบริการ Osterwalder and Pigneur (2010: 85-92) ได้อธิบายว่า กำหนดรูปแบบธุรกิจ หรือโมเดลธุรกิจ (Business Model) ถือว่าเป็นปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ การเขียนรูปแบบธุรกิจเริ่มเขียนโครงสร้างในการออกแบบธุรกิจ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 9 ช่องที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มลูกค้า (Customer Segments: CS) การเสนอคุณค่า (Value Propositions: VP) ช่องทาง (Channels: CH) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships: CR) กระแสรายได้ (Revenue Streams: RS) ทรัพยากรหลัก (Key Resources: KR) กิจกรรมหลัก (Key Activities: KA) พาร์ทเนอร์หลัก (Key Partners: KP) และโครงสร้างต้นทุน (Cost Structure: CS) มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังแผนภาพที่ 1 ต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถสรุป ผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมกรรมการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวในอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 - 50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย มากที่สุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001-40,000 บาท

1.2 ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการที่พักแรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เคยเข้าพักที่ที่พักแรมหรือที่พักในพื้นที่อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 4-5 ครั้ง จำนวนวันที่ใช้บริการเข้าพักที่ที่พักแรมในครั้งนี้อยู่ที่ 2-3 วัน สถานที่ที่เคยใช้บริการเข้าพักในพื้นที่อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น คือ ภูผาม่าน ผืน ไวน์วูด ภูผาม่าน โฮมสเตย์ตากบยาย วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น และเข้าใช้บริการที่พักแรมในครั้งนี้ เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน จำนวนคนที่ใช้บริการเข้าพักที่ที่พักแรมในครั้งนี้อยู่ที่ 3-4 คน ตัวเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ปัญหาที่เคยพบเมื่อเข้าพักและใช้บริการห้องพักในพื้นที่อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่นเรื่อง ไม่มีเครื่องเป่าผม และไม่มีสระว่ายน้ำ โดยต้องการให้มีบริการอาหารเช้าเป็นการอำนวยความสะดวกและบริการ หากมีที่พักแรมแบบพูลวิลล่าในอำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดขอนแก่น ต้องการให้สระว่ายน้ำส่วนตัว เครื่องทำน้ำอุ่น จำนวนห้องพักที่ต้องการใช้บริการกับพูลวิลล่า อยู่ที่ 2 ห้องช่องทางที่สะดวกในการติดต่อกับพูลวิลล่า คือ ผู้ให้บริการสำรองห้องพักทางออนไลน์ เช่น Agoda Traveloka Booking.com Hotels.com เป็นต้น รองลงมา คือ เว็บไซต์ของพูลวิลล่าการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพูลวิลล่าที่ต้องการ คือ การกดติดตามสื่อสังคมออนไลน์เพื่อติดตามข่าวสาร การตอบคำถามและให้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์อันดี เป็นมิตร และสุภาพอ่อนโยน กิจกรรมของพูลวิลล่าที่ต้องการให้ดำเนินการบริการ คือ การให้ข้อมูลและตอบคำถามลูกค้า การรับจองและให้ข้อมูลการเข้าพักแก่ลูกค้า การเตรียมที่พักสำหรับลูกค้า ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งที่ต้องการจ่ายในการใช้บริการกับพูลวิลล่า อยู่ที่ 4,001-5,000 บาท จำนวนวันที่ต้องการเข้าใช้บริการเข้าพักกับพูลวิลล่าอยู่ที่ 2 วัน ความถี่ที่คาดว่าจะใช้บริการกับพูลวิลล่าที่ต้องการ คือ 3 เดือนครั้ง และส่วนใหญ่มุ่งความสนใจใช้บริการ หากมีพูลวิลล่าเปิดให้บริการ ตั้งอยู่ในอำเภอ ภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของนักท่องเที่ยว
ในอำเภอภูพาน จังหวัดขอนแก่น พบว่า ให้ความสำคัญระดับมากที่สุด ทั้ง 8 ด้าน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทาง
การตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.37	0.42	มากที่สุด
ด้านราคา	4.32	0.50	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.35	0.46	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.33	0.45	มากที่สุด
ด้านพนักงาน	4.35	0.45	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.23	0.54	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.27	0.52	มากที่สุด
ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพบริการ	4.30	0.49	มากที่สุด
ภาพรวม	4.32	0.43	มากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมตาม
ลักษณะประชากรศาสตร์

ลักษณะประชากรศาสตร์	สถิติทดสอบ	Sig.	การทดสอบสมมติฐาน
เพศ	1.742	0.082	ไม่แตกต่างกัน
อายุ	19.383	0.000*	แตกต่างกัน
ระดับการศึกษา	1.215	0.298	ไม่แตกต่างกัน
อาชีพ	8.044	0.000*	แตกต่างกัน
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	11.139	0.000*	แตกต่างกัน

หมายเหตุ: * แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การออกแบบธุรกิจพูลวิลล่าในอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น ดังนี้

3.1 กลุ่มลูกค้า กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี อาชีพธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย ซึ่งเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยว หรือเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางเพื่อติดต่อกิจการ และกลุ่มลูกค้ารอง คือ ผู้ที่เดินทางมาเยี่ยมญาติหรือเดินทางผ่านอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น

3.2 การนำเสนอคุณค่า การนำเสนอคุณค่าด้านการบริการห้องพักแก่ลูกค้า เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ดังนี้ การให้บริการห้องพักแก่ลูกค้า โดยห้องพักให้บริการจำนวน 5 ห้อง ซึ่งห้องพักและบริเวณโดยรอบมีความเป็นเอกลักษณ์ สวยงาม สะอาด บรรยากาศเงียบสงบ และมีความเป็นส่วนตัว รวมทั้งพูลวิลล่ามีสระว่ายน้ำ พร้อมเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักมีความครบครัน ซึ่งได้รับการออกแบบมาเป็นอย่างดี การได้รับการบริการที่ดีจากพนักงาน





แผนภาพที่ 2 การออกแบบพูลวิลล่า

3.3 ช่องทาง มีช่องทางการติดต่อกับลูกค้าผ่านเคาน์เตอร์ต้อนรับลูกค้า โทรศัพท์ สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก เว็บไซต์ แอปพลิเคชันการจองที่พัก Agoda Tripadvisor Travelloka

3.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นการสร้างความสัมพันธ์ผ่านการสื่อสารการตลาด และประชาสัมพันธ์ ด้วยแผนเพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ แอปพลิเคชันการจองที่พัก โดยมีพนักงานที่มีจิตใจแห่งการบริการที่ดี (Service Mind) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า

3.5 ทรัพยากรหลัก ประกอบด้วย ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรเงินทุน อาคารและสิ่งก่อสร้างพูลวิลล่า รวมทั้งเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก อุปกรณ์และเครื่องมือที่ใช้ในสำนักงาน

3.6 กิจกรรมหลัก ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันการจองที่พัก การรับจองห้องพักจากลูกค้า การรับชำระเงิน การเช็คอิน และเช็คเอาท์ หลังจากนั้นเป็นการเก็บและทำความสะอาดห้องพัก

3.7 พันธมิตรหลัก ประกอบด้วย ธนาคารพาณิชย์ ผู้ให้บริการเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันการจองที่พักออนไลน์ ได้แก่ Agoda Tripadvisor Travelloka ร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในการตกแต่งห้องพัก และสิ่งของที่ใช้ภายในห้องพัก การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคภูมิภาค

3.8 กระแสรายได้ มีรายได้จากการให้บริการห้องพัก จำนวน 24 ห้อง การประมาณการรายได้ปีที่ 1-5 พบว่า พบว่า ปีที่ 1-3 มีรายได้ปีละ 5,163,000 บาท ส่วนปีที่ 4-5 มีรายได้ปีละ 4,646,700 บาท รวมรายได้ 5 ปี เท่ากับ 24,782,400 บาท

3.9 โครงสร้างต้นทุน ใช้เงินลงทุนเริ่มต้นโครงการ ค่าจ้างพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ในการดำเนินการปีที่ 1 เป็นเงิน 14,521,095.00 บาท

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษา สามารถนำเสนอประเด็นสำคัญมาอภิปรายผล ดังนี้

1. พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการที่พักแรมของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เคยเข้าพักที่ที่พักแรมหรือที่พักในพื้นที่อำเภอภูพาน จังหวัดขอนแก่น จำนวน 4-5 ครั้ง จำนวนวันที่ใช้บริการเข้าพักที่ที่พักแรมในครั้งนี้อยู่ที่ 2-3 วัน สถานที่ที่เคยใช้บริการเข้าพักในพื้นที่อำเภอภูพาน จังหวัดขอนแก่น คือ ภูพาน ผืน ไวน์วูด ภูพาน โฮมสเตย์ตากบยาย วัดอุประสงค์ที่เดินทางมาอำเภอภูพาน จังหวัดขอนแก่น และเข้าใช้บริการที่พักแรมในครั้งนี้อยู่เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน จำนวนคนที่ใช้บริการเข้าพักที่ที่พักแรมในครั้งนี้อยู่ที่ 3-4 คน ตัวเองเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการห้องพัก ปัญหาที่เคยพบเมื่อเข้าพักและใช้บริการห้องพักในพื้นที่อำเภอภูพาน จังหวัดขอนแก่นเรื่อง ไม่มีเครื่องเป่าผม และไม่มีสระว่ายน้ำ โดยต้องการให้มีบริการอาหารเช้าเป็นการอำนวยความสะดวกและบริการ หากมีที่พักแรมแบบพูลวิลล่าในอำเภอภูพาน จังหวัดขอนแก่น ต้องการให้สระว่ายน้ำส่วนตัว เครื่องทำน้ำอุ่น จำนวนห้องพักที่ต้องการใช้บริการกับพูลวิลล่าอยู่ที่ 2 ห้อง ช่องทางที่สะดวกในการติดต่อกับพูลวิลล่า คือ ผู้ให้บริการสำรองห้องพักทางออนไลน์ เช่น Agoda Traveloka Booking.com Hotels.com เป็นต้น รองลงมา คือ เว็บไซต์ของพูลวิลล่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยาพร ประสานพานิช (2561: 10-25) พบว่า โรงแรมมีผลิตภัณฑ์หลักที่ให้บริการ คือ ห้องพัก ที่สามารถชมทัศนียภาพที่สวยงามของแม่น้ำโขง สามารถเข้าถึงได้สะดวกเนื่องจากโรงแรมตั้งอยู่ในพื้นที่สำคัญทางเศรษฐกิจ ด้านรูปแบบการทำการตลาดออนไลน์ โรงแรมส่วนใหญ่นิยมใช้บริการตัวแทนการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวออนไลน์ (OTA) สื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ ของโรงแรม และการทำการตลาดผ่านโฆษณาออนไลน์ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทพัทธ์ โชคอรียพิทักษ์ และคณะ (2565: 77-92) พบว่าด้านการตลาด คือ การจัดราคาห้องพักตามฤดูกาล การสร้างคอนเทนต์ผ่านสื่อออนไลน์ การเพิ่มช่องทางการจองผ่านสื่อออนไลน์ และการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรมของผู้ตอบแบบสอบถาม.ให้ความสำคัญมากที่สุดทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพบริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม ในภาพรวม ไม่แตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ครรชิต มาระโภชน (2560: 198-213) ที่พบว่า ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสำคัญที่สุดต่อการดำเนินกิจการสำหรับธุรกิจโรงแรม ประกอบไปด้วย 4 ด้านหลัก คือ บุคลากร สินค้า ราคา และการส่งเสริมการขาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วชิรินทร์ เกิดทรัพย์ (2559: 74-88) พบว่า นักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติที่มีปัจจัยส่วนบุคคลในด้าน เพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ตไม่แตกต่างกัน

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ที่เกิดจากรูปแบบธุรกิจของพูลวิลล่า ในเขตอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น ดังภาพที่

รูปแบบธุรกิจของพูลวิลล่า ในเขตอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น				
พันธมิตรหลัก (Key Partners: KP) - ธนาคารพาณิชย์ - ผู้ให้บริการเพชชุก เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันจองที่พักออนไลน์ ได้แก่ Agoda, Tripadvisor, Traveloka - ผู้จำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ในการตกแต่งห้องพัก และสิ่งของที่ใช้ภายในห้องพัก	กิจกรรมหลัก (Key Resources: KR) - การประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันการจองที่พัก การรับจองห้องพักจากลูกค้า การรับชำระเงิน การเช็คอิน และเช็คเอาท์ หลังจากนั้นเป็นการเก็บและทำความสะอาดห้องพัก	การนำเสนอคุณค่า (Value Propositions: VP) - การให้บริการห้องพักแก่ลูกค้า โดยห้องพักมีความเป็นเอกลักษณ์ สวยงาม สะอาด บรรยากาศเงียบสงบ และมีความเป็นส่วนตัว พร้อมสระว่ายน้ำ พร้อมเฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพักมีความครบครัน การได้รับการบริการที่ดีจากพนักงาน	ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships: CR) - การสื่อสารการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านแฟนเพจเพชชุก เว็บไซต์ แอปพลิเคชันการจองที่พัก - พนักงานที่มีจิตใจแก่การบริการที่ดี (Service Mind) เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า	กลุ่มลูกค้า (Customer Segments: CS) - กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้ที่มีอายุ 21-40 ปี อาชีพพนักงานประจำ บริษัทเอกชน - กลุ่มลูกค้ารองคือ ผู้ที่เดินทางมาเยี่ยมญาติหรือเดินทางผ่านอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น
	ทรัพยากรหลัก (Key Activities: KA) - ทรัพยากรบุคคล - ทรัพยากรเงินทุน - อาคารและสิ่งก่อสร้างพูลวิลล่า - เฟอร์นิเจอร์ภายในห้องพัก อุปกรณ์และ		ช่องทาง (Channels: CH) - แคนเตอร์ต้อนรับลูกค้า - โทรศัพท์ - สื่อสังคมออนไลน์ เพชชุก เว็บไซต์ แอปพลิเคชันการจองที่พัก Agoda Tripadvisor Traveloka	

รูปแบบธุรกิจของพูลวิลล่า ในเขตอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น

เครื่องมือที่ใช้ใน
สำนักงาน

โครงสร้างต้นทุน

(Cost Structure: CS)

- เงินลงทุนเริ่มต้นโครงการ ค่าจ้างพนักงาน ค่าสาธารณูปโภค และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ

กระแสน้ำได้

(Revenue Streams: RS)

- รายได้จากการให้บริการห้องพัก

แผนภาพประกอบที่ 3 รูปแบบธุรกิจของพูลวิลล่า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ทางการตลาดที่ทำการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการจัดการ ด้านเทคนิค และด้านการเงิน เพื่อเป็นการนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจลงทุนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรสร้างบรรยากาศและการตกแต่งห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น เสื้อคลุม ผ้าเช็ดตัว เป็นต้น การแบ่งส่วนต่างๆ ของที่พัก เช่น ห้องครัว ห้องนั่งเล่น ห้องรับประทานอาหาร เป็นต้น ระบบรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ น้ำพุร้อน คาเฟ่ และร้านอาหาร

2.2 ด้านราคา ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรมีการกำหนดราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับบรรยากาศ ชำระผ่านบัตรเครดิตโดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม มีการแจ้งราคาห้องพักที่ชัดเจน ราคาห้องพักมีความเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรเลือกที่ตั้งของที่พักแรมอยู่ใกล้แหล่งชุมชน สถานที่มีขนาดที่เหมาะสมสามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง สามารถจองห้องพักผ่านผู้ให้บริการสำรองห้องพักทางออนไลน์ เช่น Agoda Booking.com Traveloka Hotels.com เป็นต้น สามารถติดต่อได้ทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ เป็นต้น

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรมีส่วนลดเมื่อเข้าพักวันธรรมดา (วันจันทร์-พฤหัสบดี) ที่ไม่ใช่วันหยุด รีวิวจากผู้ที่เคยเข้าพัก มีส่วนลดพิเศษและราคาที่ต่ำกว่าเมื่อเข้าพักหลายวัน มีส่วนลดหรือสิทธิพิเศษจากการจองห้องพักผ่าน ผู้ให้บริการสำรองห้องพักทางออนไลน์ เช่น Agoda Traveloka Booking.com Hotels.com เป็นต้น

2.5 ด้านพนักงาน ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรมีพนักงานมีทักษะ ความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอย่างดี พนักงานสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้ลูกค้า พนักงานมีความเป็นกันเอง และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส พนักงานเต็มใจบริการและเอาใจใส่ดูแลลูกค้าเป็นอย่างดี

2.6 ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรมีห้องพักเรียบร้อยพร้อมอยู่ก่อนผู้เข้าพัก เช็กอิน ขั้นตอนการเช็กอินและเช็กเอาท์รวดเร็วและแม่นยำ

2.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรมีการตกแต่งห้องและบริเวณอื่นๆ ให้สวยงาม น่าดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักเหมาะสม และสวยงาม จอดรถกว้างขวาง และเพียงพอสำหรับแขกของที่พัก ความสะอาดของห้องพักและบริเวณอื่น ๆ ของที่พัก

2.8 ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมควรมีการสร้างให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการบริการสูง ที่พักแรมได้รับมาตรฐานการบริการ การให้บริการมีความผิดพลาดต่ำสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่เข้าพัก มีปัญหาและข้อร้องเรียนจากลูกค้าต่ำ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในเขตอำเภอภูผาม่าน จังหวัดขอนแก่น โดยมีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ๆ เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าพักแรมในที่พักแรมในพื้นที่อำเภอภูผาม่าน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2566 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด) (Domestic Tourism Statistics Q1-Q4 Classify by region and province). ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2567. แหล่งที่มา: https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=618
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (พิมพ์ครั้งที่ 29). กรุงเทพมหานคร: สามลดา.
- ครรชิต มาระโกชน. (2560). แนวทางการพัฒนาการตลาดบริการสำหรับโรงแรมในกลุ่มจังหวัดเบญจบุรพาสุวรรณภูมิ. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 11, 198-213.
- ธีรกิต นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2563). การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นันทพัทธ์ โชคอริยพิทักษ์, ขนิสรา แก้วสวรรค์ และขนิสรา แก้วสวรรค์. (2565). แนวทางการเพิ่มอัตราเข้าพักของลูกค้า ของโรงแรม กรณีศึกษาโรงแรมควีน พัทยา. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. 8 (2), 77-92.

- นิศศา ศิลปเสฐฐ. (2560). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไปด้วยกัน. (2566). แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2566. แหล่งที่มา: [https:// www.paidua.ykan.com/ travel/advertising#google_vignette](https://www.paidua.ykan.com/travel/advertising#google_vignette)
- พุทธชาติ ลุนคำ. (2566). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2566-25667: ธุรกิจโรงแรม. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2566. แหล่งที่มา: <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Services/Hotels/>
- วัชรินทร์ เกิดทรัพย์. (2559). การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารร่มพญักษ์ มหาวิทยาลัยเกริก*. 34 (2), 74-88.
- อาทิตยาพร ประสานพานิช. (2561). แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ของโรงแรม ในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการบริหารธุรกิจสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*. 7 (2), 10-25.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed). New York: John Wiley & Sons.
- Kotler, P., Keller, K.L. & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers and Challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley and Son.
- Sekaran, U., & Bougie. R. (2020). *Research Methods for Business: a skill-building approach*. 8th ed. Handdington: John Wiley and Sons.