

## ปัจจัยส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม Factors Enhancing Marketing for Small Hotel Business in Mahasarakham Province

สุปราณี วงษ์สำราญ<sup>1</sup> และศิริวรรณ กวงเพ่ง<sup>2</sup>  
Supranee Wongsumran<sup>1</sup> and Siriwan Ghuangpeng<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ที่เคยมาใช้บริการที่พักขนาดเล็กในตัวเมืองมหาสารคาม และอำเภอกันทรวิชัยจำนวน 153 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามซึ่งใช้กับผู้ที่เคยเข้าพัก และการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเชิงลึกที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ปฏิบัติงานอยู่ในธุรกิจที่พักขนาดเล็ก จำนวน 5 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม คือ จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ใช้วิธีวิเคราะห์โดยการหาองค์ประกอบหลักและการวิเคราะห์เนื้อหาผลการวิจัย ผู้ใช้บริการที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคามส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์หลักในการเข้าพักเพื่อติดต่อทำธุระ และเลือกสถานที่พักในตัวเมืองเป็นส่วนใหญ่ โดยเน้นที่ความสะอาด สะดวกสบายของห้องพักและสถานที่พักที่มีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย

**คำสำคัญ :** การตลาด, ธุรกิจที่พักขนาดเล็ก

### ABSTRACT

The study aimed to identify what factors enhance marketing for small hotel business in Mahasarakham province. The researcher collected data with small hotel business users in Muang district and Kantarawichai district. The research tool in this study used questionnaires and interview. The data from questionnaire survey was analyzed by number, percentage, and mean. The data from the interview was analyzed by thematic and content analyses. The results show that most users chose small hotel for business purpose. Their buying decision was made based on several product factors include cleanliness, good accessibility, good facility and wi-fi internet access.

**Keyword :** Marketing, small hotel business

<sup>1</sup>นิสิตระดับปริญญาโท สาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>2</sup>อาจารย์ภาควิชาสาขาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

## บทนำ

จังหวัดมหาสารคามเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคอีสานที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติที่น่าสนใจหลายแห่ง อีกทั้งจังหวัดมหาสารคามยังเป็นเมืองแห่งการศึกษาที่สำคัญของภูมิภาค โดยมีสถานศึกษาที่มีชื่อเสียงอยู่หลายแห่ง อาทิ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตมหาสารคาม และวิทยาลัยอาชีวศึกษามหาสารคาม เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จังหวัดมหาสารคามจึงมีผู้คนจากต่างถิ่นแวะเวียนมาเยี่ยมเยือนอยู่มิได้ขาด จากการเดินทางมาติดต่อทั้งในด้านของธุรกิจ การศึกษา การประชุมสัมมนา การกีฬาและการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความต้องการในด้านของที่พักรูกรักที่พัก หมายถึง การประกอบธุรกิจการขายบริการที่พักเพื่อคนเดินทางที่ต้องการพักค้าง ซึ่งอาจมีบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการด้วย (กุลวดี ละม้ายเงิน, 2551) ที่พักสำหรับนักเดินทางท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้หลากหลายประเภทและขนาด ซึ่งสุพัตรา สร้อยเพชร (2553) กล่าวว่า การจัดแบ่งประเภทที่พักแรม โดยพิจารณาจากเกณฑ์ที่ระบุถึงความแตกต่างในแต่ละด้านของธุรกิจที่พัก ได้แก่

1. เกณฑ์ระยะเวลาการเข้าพัก เช่น การเข้าพักในระยะเวลาสั้นจะเป็นแบบ Commercial Hotel or Transient Hotel ส่วนการเข้าพักในระยะยาวจะเป็นแบบ Residential Hotel

2. เกณฑ์ทำเลที่ตั้ง เช่น โรงแรมในเมือง ชานเมือง สถานพักตากอากาศ ชุมทางการขนส่ง

3. เกณฑ์จำนวนห้องพักหรือขนาดของกิจการ สำหรับในประเทศไทยการแบ่งประเภทที่พักแรม ตามเกณฑ์จำนวนห้องพักหรือขนาดของกิจการ (Size / Number of Rooms) โดยใช้เกณฑ์การกำหนดตามจำนวนห้องพัก จะใช้เกณฑ์ดังนี้

3.1 โรงแรมขนาดเล็ก (Small hotel) เป็นโรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก ไม่เกิน 100 ห้อง

3.2 โรงแรมขนาดกลาง (Medium hotel) เป็นโรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก 100 ห้องขึ้นไป

แต่ไม่เกิน 300 ห้อง

3.3 โรงแรมขนาดใหญ่ (Large hotel) เป็นโรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก 300 ห้องขึ้นไป แต่ไม่เกิน 500 ห้อง

3.4 โรงแรมขนาดใหญ่มาก (Mega hotel) เป็นโรงแรมที่มีจำนวนห้องพัก 500 ห้องขึ้นไป

4. เกณฑ์อัตราค่าห้องพัก เช่น โรงแรมราคาประหยัด ราคาปานกลาง และราคาสูง

5. เกณฑ์ตามจุดประสงค์การเข้าพัก เช่น เพื่อธุรกิจ การประชุม พักผ่อน สุขภาพ

6. เกณฑ์มาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกหรือระดับการให้บริการ เช่น แบบหรูหรา แบบบริการเต็มรูปแบบ และแบบจำกัด

ในปัจจุบันธุรกิจที่พักขนาดเล็ก ซึ่งสุพัตรา สร้อยเพชร (2553) กล่าวว่า กิจการที่พักขนาดเล็กหรือมีจำนวนห้องพักน้อยกว่า 100 ห้อง ลักษณะของห้องพักเป็นแบบธรรมดา มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามความจำเป็นพื้นฐาน เช่น โทรทัศน์ โทรศัพท์ ห้องพักส่วนตัว เป็นต้น จึงทำให้อัตราค่าห้องพักมีราคาถูกจากการบริการที่มีอย่างจำกัดซึ่งธุรกิจที่พักขนาดเล็กนี้ได้พัฒนาและตั้งอยู่กระจายไปทั่วทุกพื้นที่ โดยจุดประสงค์ในการดำเนินธุรกิจก็แตกต่างกันออกไปที่ที่พักขนาดเล็กได้เพิ่มจำนวนและขยายมากขึ้นตามสถานที่หรือทำเลที่แตกต่างจากเดิมบางพื้นที่ไม่สามารถจะพัฒนาให้เป็นสถานที่เพื่อการพักผ่อนได้ ก็สามารถพัฒนาใหม่ที่พักขนาดเล็กเกิดขึ้นมาได้จากการที่นักท่องเที่ยวที่ชอบแสวงหาที่พักในแบบที่ไม่เป็นทางการจนเกินไป แต่มีความสะดวกสบาย สะอาด จำนวนห้องไม่มาก และได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ทั้งรูปลักษณ์ สถาปัตยกรรม รูปแบบการให้บริการบรรยากาศภายในและภายนอกที่ที่พักที่แตกต่างโดยกลุ่มลูกค้าที่เข้าพักมักจะแตกต่างไปจากธุรกิจที่พักขนาดใหญ่ด้วยเช่นกัน กล่าวคือแขกหรือผู้ใช้บริการนิยมการบริการที่เป็นส่วนตัว เข้าพักตามสถานที่พักที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งอาจเป็นเรื่องของสถานที่ตั้ง การบริการและการออกแบบที่พัก ที่พักจึงไม่ใช่เป็นเพียงแค่สถาน

ที่เพื่อหลบนอน แต่เป็นประสบการณ์การเดินทางที่หาไม่ได้จากธุรกิจที่พิกขนาดใหญ่หรือที่พิกในแบบอื่น ๆ (อมรพรรณ สมสวัสดิ์, 2552)ทำให้ความต้องการของจำนวนห้องพิกในสถานที่พิกขนาดเล็กมีจำนวนมากขึ้นไปด้วย ซึ่งในเดือนสิงหาคม 2557 ธุรกิจที่พิกในภาพรวมมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าทุนจดทะเบียนสูงถึง 1,872 ล้านบาท เป็นธุรกิจที่มีการจดทะเบียนสูงเป็นอันดับ 2 ของทุนจดทะเบียนจัดตั้งทั้งหมดในเดือนนั้น (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2557)

ธุรกิจที่พิกขนาดเล็กเป็นการบริหารงานระบบอิสระ คือเจ้าของเป็นผู้บริหารเอง บางแห่งเป็นการบริหารงานแบบครอบครัว ซึ่งจะมีข้อดีคือทำให้ธุรกิจมีความคล่องตัวมากกว่าธุรกิจที่พิกขนาดใหญ่ในการปรับตัวรับกับสภาวะเศรษฐกิจและกระแสทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ส่วนผู้เข้าพิกก็ได้รับการตอบสนองในเรื่องต่างๆ ที่ร้องขอได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากเจ้าของที่พิกเป็นผู้บริหารเองจึงสามารถตัดสินใจได้ในทันที การบริหารงานในระบบอิสระส่วนมากสามารถพบได้ในเมืองเล็กๆ และในชุมชน ผู้บริหารต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในหลายด้าน ทั้งทักษะการบริหาร การปฏิบัติการ เนื่องจากขนาดของที่พิกและสิ่งอำนวยความสะดวกมีจำกัด จึงไม่จำเป็นต้องใช้พนักงานในจำนวนที่มากนัก ในอนาคตธุรกิจที่พิกขนาดเล็กต้องมีการปรับตัวในเรื่องการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายในด้านแรงงาน อาหาร เครื่องดื่ม และพลังงานที่เพิ่มขึ้นทำให้ต้องอาศัยเทคนิคและระบบการควบคุมที่ดี การพัฒนาที่รวดเร็วของธุรกิจที่พิกขนาดเล็กโดยขาดประสบการณ์ในการบริหารหรือเข้าใจธุรกิจอย่างแท้จริง ก็อาจทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จได้ (ธนสิทธิ์ สุขสุทธิ, 2555) ปัจจุบันธุรกิจที่พิกขนาดกลางและขนาดย่อม(มีจำนวนห้องพิกไม่เกิน 200 ห้อง) ที่พัฒนาขึ้นส่วนใหญ่ต่างเรียกตัวเองเป็นบูติกโฮเต็ล ตามกระแสความนิยมที่เกิดขึ้นในประเทศไทยช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา การดำเนินกิจการให้อยู่รอดได้นั้นมีอยู่ในอัตราไม่สูงนัก โดย

สถาบันคีนันแห่งเอเชีย ประเมินการอัตราการอยู่รอดของบูติก โฮเต็ลในเมืองไทยไว้ที่ร้อยละ 50 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) ดังนั้นแนวคิดด้านการตลาดจึงเป็นส่วนหนึ่งในการแก้ไขปัญหาที่มีผลต่อผู้ใช้บริการและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งลูกค้าที่มาใช้บริการถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจที่พิกนั้นอยู่รอดและสามารถดำเนินงานต่อไปได้อย่างยั่งยืน

จากข้อมูลการขออนุญาตประกอบธุรกิจที่พิกในจังหวัดมหาสารคาม ณ เดือนตุลาคม 2557 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 162 แห่ง เลิกกิจการไปแล้ว 4 แห่ง คงเหลือที่ยังดำเนินกิจการอยู่ 158 แห่ง แบ่งเป็นที่พิกประเภท 1 คือ ให้บริการเฉพาะห้องพิก จำนวน 148 แห่ง ส่วนที่เหลืออีก 10 แห่ง จะเป็นที่พิกประเภท 2,3 และ 4 ซึ่งจะมีส่วนของห้องอาหาร ห้องประชุมสัมมนา และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพิ่มเติมขึ้นมา แต่โดยภาพรวมแล้วสถานประกอบการทั้งหมดในจังหวัดมหาสารคามนั้นเป็นธุรกิจที่พิกขนาดเล็กไม่เกิน 100 ห้อง (กรมการปกครอง ที่ทำการปกครองจังหวัดมหาสารคาม, 2557) ซึ่งที่พิกมักจะเต็มแน่นอยู่เสมอในช่วงที่มีการจัดงานสำคัญภายในจังหวัด เช่น พิธีรับพระราชทานปริญญาบัตรของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม การจัดสอบแข่งขันทักษะทางด้านวิชาการต่างๆ การจัดงานแข่งขันกีฬาระดับประเทศหรือระดับภูมิภาคที่มีการจัดขึ้นบ่อยครั้ง (บุญเลี้ยงบุญใบ: สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ, 2559)

ซึ่งข้อมูลของสถานประกอบการที่พิกที่ได้รับใบอนุญาตจากกรมการปกครองจังหวัดมหาสารคาม ตั้งแต่ปี พ.ศ.2550-2557 ทั้งที่มีการจดทะเบียนที่พิกใหม่และต่ออายุใบอนุญาตเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ.2551, 2552 และ 2556 โดยในปี พ.ศ.2556 มีจำนวนมากที่สุดอยู่ที่ 48 ราย ข้อมูล ณ วันที่ 6 เดือน ตุลาคม 2557 มีจำนวนสถานประกอบการที่พิกที่ได้รับใบอนุญาตทั้งสิ้น 162 แห่ง โดยมีการยกเลิกกิจการไปแล้วจำนวน 4 แห่ง (กรมการปกครอง ที่ทำการปกครองจังหวัดมหาสารคาม, 2557) ซึ่งธุรกิจที่พิกโดยส่วนใหญ่จะมี

ขนาดเล็ก มีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก แต่ความต้องการห้องพักของลูกค้ายิ่งเป็นบางช่วงเวลาเท่านั้นจากข้อมูลดังกล่าวนี้ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่จะช่วยส่งเสริมการตลาดของธุรกิจที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคามเพื่อนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดให้ธุรกิจสามารถสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้และยกระดับมาตรฐานการให้บริการธุรกิจที่พักของจังหวัดมหาสารคาม

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจลักษณะของผู้ใช้บริการที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อระบุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบทางการตลาดของธุรกิจที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม

### ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มีการกำหนดขอบเขตการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ 3 องค์ประกอบต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ แบ่งเป็น 3 ปัจจัย ดังนี้
  - ปัจจัยเชิงประชากรศาสตร์ คือ เพศ อายุ
  - ปัจจัยด้านความต้องการใช้บริการ คือ ด้านระยะเวลาที่ใช้บริการ ขนาดของที่พัก วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก สถานที่ตั้ง เครื่องอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก
  - ปัจจัยด้านความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ด้านการบริการที่ดีและพนักงานมีความสุภาพ ด้านของห้องพักที่สะอาดและอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องได้มาตรฐานด้านที่จอดรถกว้างขวางมีระบบรักษาความปลอดภัย ด้านที่พักมีบริการให้เลือกหลากหลาย ด้านของอาคารที่พักทันสมัย ด้านการรู้จักกับบุคลากรในที่พัก ด้านของบรรยากาศที่ดี ด้านของราคาที่เหมาะสม ด้านของโปรโมชั่น

2. องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน มี 8 ด้าน ดังนี้

- ด้านประเภทของกิจการ
- ด้านแรงงาน
- ด้านรูปแบบของการให้บริการ
- ด้านของฤดูกาล
- ด้านของสถานที่ตั้ง
- ด้านเป้าหมายทางธุรกิจ
- ด้านการตลาด
- ด้านอื่นๆ

3. องค์ประกอบด้านการตลาด 4P มี 4 ด้าน ดังนี้

- ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
- ด้านราคา (Price)
- ด้านการส่งเสริมการตลาด (Place)
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

(Promotion)

### วิธีการศึกษา

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ประเภท คือ เชิงปริมาณ (Quantitative Study) โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เคยใช้บริการที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคามจำนวน 153 คน และเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) ซึ่งใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview Guided) กับผู้ประกอบการและผู้ปฏิบัติงานอยู่ในที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 5 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) (สุภางค์ จันทวนิช, 2548 อ้างถึงใน อัครวิน แสงพิกุล, 2556)
2. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม คือ จำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยและประเด็นสำคัญ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงบรรยายหรือการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

## ผลการศึกษา

### 1. องค์ประกอบด้านผู้ใช้บริการ

#### 1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ แสดงให้เห็นว่า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 153 ราย พบว่าผู้ที่มาใช้บริการที่พิกขนาดเล็กส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย (ร้อยละ

64.10) ส่วนเพศหญิงจะมีจำนวนน้อยกว่า (ร้อยละ 35.90) โดยช่วงอายุที่ใช้บริการมากที่สุดจะอยู่ระหว่าง 30-40 ปี (ร้อยละ 51.00) ส่วนช่วงอายุที่มีการใช้บริการน้อยสุดจะเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี (ร้อยละ 10.50)

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บริการ

| 1.เพศ          | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------|--------|
| ชาย            | 98    | 64.10  |
| หญิง           | 55    | 35.90  |
| รวม            | 153   | 100.00 |
| 2.อายุ         |       |        |
| น้อยกว่า 30 ปี | 16    | 10.50  |
| 30 - 40 ปี     | 78    | 51.00  |
| 41 - 50 ปี     | 34    | 22.20  |
| มากกว่า 51 ปี  | 25    | 16.30  |
| รวม            | 153   | 100.00 |

1.2 ข้อมูลการใช้บริการ ตารางที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการ แสดงให้เห็นว่าในด้านของระยะเวลาที่ใช้บริการที่พิกขนาดเล็กครั้งล่าสุด พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการใช้บริการเมื่อ 1 เดือนที่แล้วมากที่สุด (ร้อยละ 44.44) และเคยใช้บริการมาแล้วมากกว่า 6 เดือน น้อยที่สุด (ร้อยละ 14.38) ซึ่งที่พิกขนาดเล็กที่มีจำนวนห้องระหว่าง 11-20 ห้อง มีการใช้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 53.60) ส่วนที่พิกที่มีขนาดไม่เกิน 10 ห้อง มีการใช้บริการน้อยที่สุด (ร้อยละ 8.50) ในการเข้าพัก

มีวัตถุประสงค์เพื่อติดต่อทำธุระเป็นจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 50.30) ส่วนจำนวนน้อยที่สุดนั้นเป็นวัตถุประสงค์ในด้านอื่นๆ (ร้อยละ 10.50) โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกสถานที่พิกขนาดเล็กที่ตั้งอยู่ในตัวเมืองเป็นส่วนมาก (ร้อยละ 31.40) และเลือกสถานที่พิกที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวน้อยที่สุด (ร้อยละ 12.40) โดยเครื่องอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่กลุ่มตัวอย่างไปใช้บริการจะมีตั้งแต่ ผ้าเช็ดตัว เครื่องปรับอากาศ พัดลม สบู่ แชมพู ตู้เย็นและอื่นๆ

## ตารางที่ 2 ข้อมูลการใช้บริการ

|                                                       |        |        |
|-------------------------------------------------------|--------|--------|
| 1.ระยะเวลาที่ใช้บริการที่พักรขนาดเล็กครั้งล่าสุด      | จำนวน  | ร้อยละ |
| เมื่อ 1 สัปดาห์ที่แล้ว                                | 27     | 17.65  |
| เมื่อ 1 เดือนที่แล้ว                                  | 68     | 44.44  |
| เมื่อ 3 เดือนที่แล้ว                                  | 36     | 23.53  |
| มากกว่า 6 เดือนมาแล้ว                                 | 22     | 14.38  |
| รวม 153                                               | 100.00 |        |
| 2.จำนวนของห้องพัก                                     |        |        |
| ไม่เกิน 10 ห้อง                                       | 13     | 8.50   |
| 11 - 20 ห้อง                                          | 82     | 53.60  |
| 21 - 30 ห้อง                                          | 26     | 17.00  |
| ไม่แน่ใจ                                              | 32     | 20.90  |
| รวม 153                                               | 100.00 |        |
| 3.วัตถุประสงค์ในการเข้าพัก                            |        |        |
| เพื่อการท่องเที่ยว                                    | 22     | 14.40  |
| เพื่อติดต่อทำธุระ                                     | 77     | 50.30  |
| เพื่อพักรถระหว่างการเดินทาง                           | 38     | 24.80  |
| อื่น ๆ                                                | 16     | 10.50  |
| รวม                                                   | 153    | 100.00 |
| 4.สถานที่ตั้งที่พักขนาดเล็กของท่านตั้งอยู่บริเวณใด    |        |        |
| ตั้งอยู่ริมถนนสายหลัก                                 | 42     | 27.50  |
| ตั้งอยู่ในตัวเมือง                                    | 48     | 31.40  |
| ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ติดต่อทำธุระ                       | 44     | 28.80  |
| ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว                           | 19     | 12.40  |
| รวม                                                   | 153    | 100.00 |
| 5.เครื่องอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่ท่านไปใช้บริการ |        |        |
| เครื่องปรับอากาศ                                      | 36     | 23.50  |
| พัดลม                                                 | 28     | 18.30  |
| ผ้าเช็ดตัว                                            | 46     | 30.10  |
| สบู่ แชมพู                                            | 20     | 13.10  |
| ตู้เย็น                                               | 13     | 8.50   |
| อื่นๆ                                                 | 10     | 6.50   |
| รวม                                                   | 153    | 100.00 |

1.3 ข้อมูลด้านความคาดหวังต่อที่พักที่ใช้บริการตารางที่ 3 ข้อมูลด้านความคาดหวังต่อที่พักที่ใช้บริการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ให้กลุ่มตัวอย่างเลือก พบว่าในด้านของการให้บริการที่ดีและพนักงานมีความสุภาพ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 37.91) ด้านของห้องพักที่สะอาด อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องได้มาตรฐานกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มากที่สุด (ร้อยละ 33.99) ด้านของทำเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวก และปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง (ร้อยละ 47.10) ด้านที่จอดรถกว้างขวาง มีระบบการรักษา

ความปลอดภัย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มาก (ร้อยละ 35.30) ด้านที่พักมีบริการให้เลือกหลากหลาย กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง (ร้อยละ 45.10) ด้านของอาคารที่พักทันสมัย หรูหรา กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง (ร้อยละ 34.60) ด้านการรู้จักกับบุคลากรในที่พัก กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง (ร้อยละ 41.80) ด้านของบรรยากาศที่ดี กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับ ปานกลาง (ร้อยละ 40.50) ด้านของราคาที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญอยู่ในระดับ มาก (ร้อยละ 26.14) ด้านของโปรโมชั่น กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญที่ระดับมาก (ร้อยละ 45.10)

### ตารางที่ 3 ข้อมูลด้านความคาดหวังต่อที่พักที่ใช้บริการ

| 1. บริการดี/พนักงานสุภาพ                             | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------------------------|-------|--------|
| น้อยที่สุด                                           | 13    | 8.50   |
| น้อย                                                 | 30    | 19.61  |
| ปานกลาง                                              | 58    | 37.91  |
| มาก                                                  | 43    | 28.10  |
| มากที่สุด                                            | 9     | 5.88   |
| รวม                                                  | 153   | 100.00 |
| 2. ห้องพักสะอาด อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องได้มาตรฐาน | จำนวน | ร้อยละ |
| น้อยที่สุด                                           | 10    | 6.54   |
| น้อย                                                 | 21    | 13.73  |
| ปานกลาง                                              | 26    | 16.99  |
| มาก                                                  | 44    | 28.76  |
| มากที่สุด                                            | 52    | 33.99  |
| รวม                                                  | 153   | 100.00 |
| 3. ทำเลที่ตั้งเหมาะสม สะดวก และปลอดภัย               | จำนวน | ร้อยละ |
| น้อยที่สุด                                           | 8     | 5.20   |
| น้อย                                                 | 22    | 14.40  |
| ปานกลาง                                              | 72    | 47.10  |
| มาก                                                  | 40    | 26.10  |

## ตารางต่อ ตารางที่ 3 ข้อมูลด้านความคาดหวังต่อที่พักที่ใช้บริการ

|                                                | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------------------------------|-------|--------|
| มากที่สุด                                      | 11    | 7.20   |
| รวม                                            | 153   | 100.00 |
| 4. ที่จอดรถกว้างขวาง มีระบบการรักษาความปลอดภัย |       |        |
| น้อยที่สุด                                     | 12    | 7.80   |
| น้อย                                           | 35    | 22.90  |
| ปานกลาง                                        | 41    | 26.80  |
| มาก                                            | 54    | 35.30  |
| มากที่สุด                                      | 11    | 7.20   |
| รวม                                            | 153   | 100.00 |
| 5. มีบริการให้เลือกหลากหลาย                    |       |        |
| น้อยที่สุด                                     | 8     | 5.20   |
| น้อย                                           | 21    | 13.70  |
| ปานกลาง                                        | 69    | 45.10  |
| มาก                                            | 41    | 26.80  |
| มากที่สุด                                      | 14    | 9.20   |
| รวม                                            | 153   | 100.00 |
| 6. อาคารทันสมัย หรรษา                          |       |        |
| น้อยที่สุด                                     | 17    | 11.10  |
| น้อย                                           | 35    | 22.90  |
| ปานกลาง                                        | 53    | 34.60  |
| มาก                                            | 40    | 26.10  |
| มากที่สุด                                      | 8     | 5.20   |
| รวม                                            | 153   | 100.00 |
| 7. รู้จักกับบุคลากรในที่พัก                    |       |        |
| น้อยที่สุด                                     | 19    | 12.40  |
| น้อย                                           | 31    | 20.30  |
| ปานกลาง                                        | 64    | 41.80  |
| มาก                                            | 27    | 17.60  |
| มากที่สุด                                      | 12    | 7.80   |
| รวม                                            | 153   | 100.00 |

### ตารางต่อ ตารางที่ 3 ข้อมูลด้านความคาดหวังต่อที่พักที่ใช้บริการ

|                              |       |        |
|------------------------------|-------|--------|
| 8. บรรยากาศดี                | จำนวน | ร้อยละ |
| น้อยที่สุด                   | 14    | 9.20   |
| น้อย                         | 25    | 19.00  |
| ปานกลาง                      | 62    | 40.50  |
| มาก                          | 32    | 20.90  |
| มากที่สุด                    | 20    | 10.50  |
| รวม                          | 153   | 100.00 |
| 9. ราคาเหมาะสม               |       |        |
| น้อยที่สุด                   | 12    | 7.84   |
| น้อย                         | 34    | 22.22  |
| ปานกลาง                      | 35    | 22.88  |
| มาก                          | 40    | 26.14  |
| มากที่สุด                    | 32    | 20.92  |
| รวม                          | 153   | 100.00 |
| 10. มีโปรโมชั่นหรือส่วนลดให้ |       |        |
| น้อยที่สุด                   | 8     | 5.23   |
| น้อย                         | 14    | 9.15   |
| ปานกลาง                      | 21    | 13.73  |
| มาก                          | 69    | 45.10  |
| มากที่สุด                    | 41    | 26.80  |
| รวม                          | 153   | 100.00 |

#### 2. องค์ประกอบด้านการดำเนินงาน

ผลจากการสัมภาษณ์ตัวอย่างของผู้ประกอบการและผู้ปฏิบัติงานอยู่ในธุรกิจที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคาม พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้ (1) กิจกรรมที่ที่พักขนาดเล็กเป็นกิจการประเภทเจ้าของคนเดียว (2) แรงงานหรือพนักงานประจำคือเจ้าของกิจการเองหรือเป็นเครือญาติกันซึ่งจะเป็นการบริหารงานแบบถ้อยทีถ้อยอาศัย (3) ที่ที่พักขนาดเล็กเน้นที่การขายห้องพักเป็นหลักไม่มีบริการเสริมใดๆ (4) ฤดูกาลไม่มีผลต่อปริมาณของลูกค้าที่เข้าพักแต่ลูกค้านิยมเข้าพักในช่วงเทศกาล อาทิ เทศกาลปีใหม่ เทศกาล

สงกรานต์ หรือช่วงงานรับพระราชทานปริญญาบัตร โดยลูกค้าจะมีปริมาณมากในช่วงต้นเดือน (5) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักขนาดเล็กเชื่อว่าทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการไม่ได้เป็นปัญหาหรืออุปสรรคต่อการเข้าพักของลูกค้าเนื่องจากลูกค้าที่มาพักส่วนใหญ่มีรถยนต์ส่วนตัวอยู่แล้ว (6) ในด้านการขยายธุรกิจผู้ประกอบการมองว่าปัจจุบันที่ที่พักขนาดเล็กมีการแข่งขันที่สูงขึ้น หากต้องลงทุนสร้างห้องพักเพิ่มอีกนั้นเป็นการยากที่จะคุ้มทุนภายในระยะเวลาอันสั้น ในช่วงนี้จึงทำได้แค่ประดับประดาโครงการและทำการเปลี่ยนแปลงห้องพักด้วยการเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ ทาสี

ใหม่ หรือปรับปรุงห้องพักเดิมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นเท่านั้น (7) ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับลูกค้าที่มาพักเป็นประจำ เนื่องจากไม่ต้องเหนื่อยในการหาลูกค้าใหม่ โดยจะจดจำรายละเอียดของลูกค้าที่เคยมาพักได้และจะเลือกห้องพักที่ลูกค้าเคยมาพักแล้วขอให้กับลูกค้ารายนั้นๆ (8) ในด้านปัจจัยอื่นที่มีผลกระทบต่อกิจการจะเป็นในเรื่องของภาษีที่จะต้องนำส่งให้กับทางองค์การบริหารส่วนจังหวัดเป็นประจำทุกปี ไม่ว่าสภาพเศรษฐกิจจะเป็นอย่างไร กิจการจะมีกำไรหรือไม่ก็ไม้อาจที่จะหลีกเลี่ยงค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ได้

### 3. องค์ประกอบด้านการตลาด 4P

ในแง่ของการตลาดผู้ประกอบการเห็นว่าจุดแข็งของตนเองอยู่ที่ด้านของผลิตภัณฑ์ (Product) คือ มีขนาดของห้องพักที่ใหญ่และกว้างขวาง สะอาด มีอุปกรณ์เครื่องใช้ที่จำเป็นไว้บริการในห้องพัก สามารถจอดรถไว้ด้านข้างของห้องพักได้ บรรยากาศร่มรื่น เป็นส่วนตัว ส่วนในด้านของราคา (Price) แม้ปัจจุบันจะมีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น แต่ก็ยังสามารถปรับลดราคาห้องพักลงได้อีกแล้ว เนื่องจากไม่ได้ตั้งราคาไว้สูงและหากปรับลดลงไปอีกก็จะไม่คุ้มค่าดำเนินการ สำหรับช่องทางในการขายห้องพัก (Place) นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นการขายโดยตรงกับลูกค้าแบบปากต่อปาก มีเพื่อน ญาติหรือคนรู้จักแนะนำมาโดยไม่ผ่านตัวแทนจัดจำหน่ายและไม่มี การจองไว้ก่อนล่วงหน้า ส่วนในด้านของกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion) นั้น ไม่ได้ทำอะไรมากนักมีเพียงป้ายโฆษณาติดตั้งไว้ที่ถนนตรงบริเวณทางแยกและป้ายชื่อที่พักติดไว้บริเวณหน้าสถานประกอบการเท่านั้น

### สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาด้านความสำคัญของการใช้การตลาดกับธุรกิจที่พักขนาดเล็ก ประเด็นที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผล มีดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนมากที่ใช้บริการที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคามเป็นเพศชายซึ่งอยู่ในวัยทำงาน มีอายุระหว่าง 30-40 ปี เคยใช้บริการที่พัก

ขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคามมาแล้วมากกว่า 1 เดือน ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการเข้าพักเพื่อติดต่อหาธุระ และเลือกสถานที่พักในตัวเมืองเป็นส่วนมาก โดยเน้นที่ความสะดวก สะดวกสบายของห้องพักและสถานที่พักที่มีบริการอินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลงานวิชาการของอมรพรรณ สมสวัสดิ์ (2552) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวชอบแสวงหาที่พักในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการจนเกินไป แต่มีความสะดวกสบาย สะอาด จำนวนห้องไม่มาก และได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ ทั้งรูปลักษณ์ สถาปัตยกรรม รูปแบบการให้บริการ บรรยากาศภายในและภายนอกที่ที่พักที่แตกต่างจากที่พักขนาดใหญ่

2. ผู้ประกอบการที่พักขนาดเล็กในจังหวัดมหาสารคามส่วนมากจะเป็นเจ้าของกิจการเพียงคนเดียวหรือดำเนินงานในรูปแบบของกิจการแบบครอบครัวและได้มีการนำเอาหลักการตลาดมาใช้ในการบริหารงานโดยที่อาจจะไม่รู้ตัวว่ากำลังดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอยู่ เพราะไม่ได้มีการทุ่มเทงบประมาณเกี่ยวกับด้านการส่งเสริมการตลาดโดยตรงแต่ส่วนใหญ่จะเป็นการทำการตลาดโดยทางอ้อมมากกว่า เช่น การให้ความเป็นกันเองกับลูกค้าที่มาพัก ไม่ต้องมีพิธีรีตองมากมายนักในการเข้ามาพัก มีการพูดภาษาถิ่นทำให้สื่อสารและเข้าใจกันดีเป็นอย่างดี ให้บริการดูญาติมิตรหรือคนคุ้นเคย โดยการให้คำแนะนำในส่วนข้อมูลที่เป็นข้อมูลเฉพาะในท้องถิ่น ช่วยเหลือในด้านอื่นๆ และแบ่งปันอาหารหรือของกินให้แก่ลูกค้าเป็นต้น จึงนับว่าเป็นเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของกิจการที่พักขนาดเล็กซึ่งจะดึงดูดให้มีลูกค้าประจำเข้ามาพักอย่างต่อเนื่องเพราะการดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึงนั่นเอง ซึ่งนอกเหนือจากการบริหารต้นทุนเพื่อลดค่าใช้จ่ายและทำให้กิจการมีกำไรแล้วนั้น การทำการตลาดอย่างจริงจังหรือเข้มข้นขึ้นสำหรับธุรกิจที่พักขนาดเล็กจะมีส่วนช่วยในการเพิ่มรายได้ให้แก่กิจการได้เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ธนสิทธิ์ สุขสุทธิ์ (2555) ที่กล่าวว่า ธุรกิจที่พักขนาดเล็กเป็นการบริหารงานระบบอิสระ คือเจ้าของเป็นผู้บริหารเอง บางแห่ง

เป็นการบริหารงานแบบครอบครัว ซึ่งจะมีข้อดีคือทำให้ธุรกิจมีความคล่องตัวมากกว่าธุรกิจที่พักขนาดใหญ่ในการปรับตัวรับกับสภาวะเศรษฐกิจและกระแสทางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ส่วนผู้เข้าพักก็ได้รับการตอบสนองในเรื่องต่างๆ ที่ร้องขอได้อย่างรวดเร็วเนื่องจากเจ้าของที่พักเป็นผู้บริหารเองจึงสามารถตัดสินใจได้ในทันที การบริหารงานในระบบอิสระส่วนมากสามารถพบได้ในเมืองเล็กๆ และในชุมชน ผู้บริหารต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในหลายด้าน ทั้งทักษะการบริหาร การปฏิบัติการ เนื่องจากขนาดของที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกมีจำกัด จึงไม่จำเป็นต้องใช้พนักงานในจำนวนที่มากนัก

#### ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการที่พักขนาดเล็กควรเลือกทำเลที่ตั้งของที่พัก (Place) ให้อยู่ใกล้ตัวเมืองเพื่อให้ลูกค้าเดินทางได้สะดวกและหากตั้งอยู่ริมถนนสายหลักก็จะทำให้ได้ลูกค้าเพิ่มมากขึ้นไปอีก โดยต้องเน้นที่ความสะดวกของห้องพัก อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในห้องที่ได้มาตรฐาน(Product) นอกเหนือจากเรื่องอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่ได้มาตรฐานแล้ว สิ่งที่คุณค่าคำนึงถึงในลำดับถัดมา ได้แก่ เครื่องปรับอากาศ อินเทอร์เน็ตแบบไร้สาย(Wifi) ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาพักส่วนมากจะอยู่ในวัยทำงาน ดังนั้นเราจึงต้องให้ความสำคัญและใส่ใจเป็นพิเศษ เพื่อให้เกิดการบริการที่ดี สร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งทำให้เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ

#### เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. **ธุรกิจเด่นประจำเดือน สิงหาคม 2557**. [ออนไลน์]. กันยายน 2557 [สืบค้นเมื่อ 19 พฤศจิกายน 2557] ได้จาก : [http://dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2557/H26\\_201408.pdf](http://dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2557/H26_201408.pdf)

กุลวดี ละม้ายเงิน. **เอกสารประกอบการสอน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. อุบลราชธานี :

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 2551.

ข้อมูลการประกอบธุรกิจโรงแรมในจังหวัดมหาสารคาม. กรมการปกครอง ที่ทำการปกครองจังหวัดมหาสารคาม 6 ตุลาคม, 2557.

คมคาย เค แสงทองคำ. **ความหมายการตลาด**. [ออนไลน์]. 2552 [สืบค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2557] ได้จาก : <https://www.gotoknow.org/posts/260167>

ธนสิทธิ์ สุขสุทธิ. **ความคาดหวังและแนวทางการแก้ไข ปัญหาของผู้ใช้บริการโรงแรมขนาดเล็กสู่การยกระดับมาตรฐาน**. รายงานการวิจัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2555.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. **การจัดการด้านการตลาด อุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2555.

บุญเลี้ยงบุญใบ. **ผู้ประกอบการที่ทองรีสอร์ท**. (14 สิงหาคม 2559). สัมภาษณ์.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. **Boutique Hotel : ที่พักรูปแบบใหม่ที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน**. [วารสารออนไลน์] 2555 [สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2557] ได้จาก <http://www.ksmecare.com/Article/82/27821/Boutique-Hotel>

สุพัตรา สร้อยเพชร. **การจัดการการโรงแรม**. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2553.

อมรพรรณ สมสวัสดิ์. **บูติกโฮเทล**. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้ง, 2552.

อัศวิน แสงพิบูล. **ระเบียบวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม**. กรุงเทพฯ : พูิจิธีร็อกซ์, 2556.

