

แนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการที่พักแรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ
ในเขตพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
Potential Approaches to the Management of Accommodation to Promote
Health: A Case Study in the Areas of the Lanna Civilization
Tourism Development

เพ็ญพัชรศิณา วิเชียรวรรณ¹ พิมพ์วี ทหารแก้ว² ณฐิตา อินทร์ยะ³ ชุตินา จักรจรัส⁴

Penpaksina Wicheanwan¹ Pimrawee Tahanklaew² Natita Inya³ Chutima Jakjarus⁴

^{1,2,3,4}หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการโรงแรม โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

^{1,2,3,4}Hotel Business Curriculum, School of Tourism and Hospitality Management, Saun Dusit University

E-mail: noo_n@hotmail.com; โทรศัพท์มือถือ : 095-3636986

Received: 30 September 2020

Revised: 05 May 2021

Accepted: 18 June 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อจัดทำแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการที่พักแรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามแก่พนักงานและผู้ประกอบการ เพื่อศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติทดสอบ t-test และ F-test และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์เชิงลึกแก่ผู้บริหารหรือผู้แทนรวมทั้งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ เพื่อจัดทำแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยวิเคราะห์สรุปประเด็นเนื้อหาแยกประเด็นคำตอบออกเป็นหมวดหมู่

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ศักยภาพการบริหารจัดการด้านคน (Man) เป็นด้านที่มีศักยภาพมากที่สุด โดยมีการวางแผนสรรหาพนักงานจากคนในชุมชนท้องถิ่น ในขณะที่ควรเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการด้านการตลาด (Marketing) เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสำหรับนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low-season) โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน รวมทั้งบริบทของชุมชนท้องถิ่นของธุรกิจที่พักแรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

คำสำคัญ: เพิ่มศักยภาพ/ การบริหารจัดการ/ วางแผนด้านการตลาด/ ที่พักเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

Abstract

This research primarily aimed to formulate guidelines to enhance the potential for accommodation management for health promotion. This study was a mixed-methods research. The quantitative approach was conducted using questionnaires responded by employees and entrepreneurs in order to study management potential. The data were analyzed using mean, standard deviation, t-test, and F-test. Qualitative data were collected by conducting in-depth interviews with executives or representatives, together with key informants, in order to formulate guidelines to enhance the potential for accommodation management. Content analysis was applied to summarize the content issues, and divide the responses into categories.

The findings revealed that the man-management was the most potential, in which employee recruitment from local communities was planned; whereas the potential for marketing management should be enhanced in order to obtain effective and efficient outcomes in the low-season, which were considered in accordance with the operational objectives together with the local community context of the accommodation for health promotion.

Keywords: Potential enhancing/ Management/ Marketing plan/ Accommodation for Health Promotion

บทนำ

จากแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561–2564 กรมการท่องเที่ยวได้คำนึงถึงบริบทและภารกิจของหน่วยงานในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือให้มีคุณภาพและความยั่งยืน นอกจากนี้ยังมีธุรกิจบริการต่อเนื่องกับการท่องเที่ยว การบริการสุขภาพ และการศึกษาที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง รวมทั้งการพัฒนากลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ได้แก่ กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ 8 จังหวัด ภาคเหนือตอนบน โดยนำความโดดเด่นของอารยธรรมล้านนาซึ่งมีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม และภูมิปัญญาพัฒนาสู่สินค้าและบริการ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาระดับการท่องเที่ยว คุณภาพกลุ่มเป้าหมายเฉพาะในพื้นที่ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน และน่าน ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม และนิทรรศการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว และการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน โดยสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว. 2561)

นอกจากนี้การสนับสนุนการท่องเที่ยวยังเป็นการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทย รวมทั้งเป็นการยกระดับพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของการท่องเที่ยว และเป็นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยเน้นการชูความโดดเด่นของวิถีชีวิตแต่ละท้องถิ่น รวมถึงวิถีชีวิตอัตลักษณ์ล้านนา เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมในพื้นที่ 5 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง เชียงราย และพะเยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวสินค้า และบริการสู่ความเป็นสุดยอดอารยธรรมล้านนา ดังนั้นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาจึงมีการผลักดันเพื่อให้เกิดการกระจายของพื้นที่ท่องเที่ยวจากเมืองหลักไปยังเมืองรองด้านการท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทย เช่น การจัดทำโซนนิ่งเมืองท่องเที่ยวหลัก คือ เชียงใหม่ เชียงราย เมืองท่องเที่ยวรอง คือ ลำพูน ลำปาง พะเยา ซึ่งการจัดทำเส้นทางสุดยอดอารยธรรมล้านนา รวมทั้งเส้นทางการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล (Tourism for All) แบ่งออกเป็น 11 ด้าน คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงศิลปะและดนตรี การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและผจญภัย เส้นทางหัตถกรรม หัตถศิลป์ ถิ่นล้านนา การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การท่องเที่ยววิถีมุสลิม (Halal Tourism) การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ และการท่องเที่ยวในธุรกิจไมซ์ (MICE Tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558)

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพรวมทั้ง เวลเนส รีสอร์ท (Wellness Resort) เป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ เวลเนส รีสอร์ท ยังเป็นกระแสการท่องเที่ยวของโลกตั้งแต่ปี 2556 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 14 ของธุรกิจท่องเที่ยวของโลก โดยที่ธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกนั้นมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยที่ เวลเนส ทราเวล (Wellness Travel) ที่มีอัตราส่วนคิดเป็นร้อยละ 14 ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมดที่เน้นไปในเรื่อง รีสอร์ท (Resort) แบบสุขภาพนั้นถูกคาดการณ์ไว้ว่าจะเติบโตมากถึงร้อยละ 50 ของตลาดโลกภายในปี 2560 (Global Wellness Institute. 2017) ทั้งนี้ สาเหตุจากเป็นสถานที่แปลกใหม่ การบริการที่ไม่เหมือนธุรกิจประเภทอื่น จึงดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก รวมทั้งคนไทยให้ใช้บริการที่พักประเภทการส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น (CNN Travel. 2014)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังเชื่อมโยงกับธุรกิจบริการต่างๆ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม รวมทั้งที่พักในรูปแบบต่างๆ (กานดา ธีรานนท์. 2560) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย รวมทั้งสถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน โดยที่พักแรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย นับได้ว่าได้รับความนิยมทั้งจากนักท่องเที่ยวในประเทศเอง และต่างชาติ เนื่องจากแนวโน้มของการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 2560 โครงการทิศทางการพัฒนาท่องเที่ยวของประเทศไทย ในระยะ 10 ของ บริษัท เอพินิตี้ จำกัด (2559) เผยว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศไทย จีน และอินเดีย ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเน้นการท่องเที่ยวเพื่อปรับสมดุลทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่งจากการสำรวจนักท่องเที่ยวร้อยละ 44 มีความสนใจในการเดินทางเพื่อสัมผัสประสบการณ์การทำสปาเพื่อผ่อนคลาย ในขณะที่ร้อยละ 38 ต้องการท่องเที่ยวโดยเน้นสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี ทั้งนี้จากวารสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2559) ได้แบ่งเทรนด์สุขภาพที่เกิดขึ้นในประเทศไทยออกเป็น 3 ยุค กล่าวคือ ยุคแรกปี 2543 เป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงจากการนวด (Massage) สู่สปา (Spa) ซึ่งเปลี่ยนแปลงจากการนวดแผนไทย แผนโบราณ มาเป็นการนำรูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส เข้ามาผสมผสานกับเทคนิคการนวดเพื่อผ่อนคลายทั้งความปวดเมื่อย และผ่อนคลายสภาพจิตใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวได้ให้การตอบรับเป็นอย่างดี ทำให้ธุรกิจ สปาแพร่หลาย ยุคที่สองปี 2553 เป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงจากสปา สู่ เวลเนส (Wellness) กล่าวคือ เป็นการนำความรู้ทางการแพทย์ ทั้งแพทย์แผนไทย แพทย์แผนโบราณ แพทย์ทางเลือกหรือองค์ประกอบอื่นๆ มาช่วยแก้ปัญหาของโรค กระแสเวลเนส จึงเป็นที่นิยมเนื่องจากตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และยุคที่สามปี 2559 เป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงจาก สปา สู่ อายุยืน (Longevity) ซึ่งเป็นกระแสในยุคปัจจุบัน และยังคงดำเนินต่อไปอีก 5 ปี ข้างหน้า กล่าวคือ เป็นยุคที่เมื่อคนสามารถแก้ไขปัญหาของโรคจนมีสุขภาพที่ดีแล้วนั้น จะเข้าสู่ยุค อายุยืน คือ การดูแลสุขภาพให้มีชีวิตที่ยืนยาว มีสุขภาพกายที่ดี สุขภาพจิตที่ดีอย่างมีความสุข และมีสุนทรียะ ซึ่งปัจจุบันธุรกิจที่พักเพื่อส่งเสริมสุขภาพได้ให้บริการกิจกรรมต่างๆ แก่ผู้เข้าพักตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของรสนิยมผู้บริโภคด้วยความรู้ทั้งทางการแพทย์ และการส่งเสริมสุขภาพซึ่งยังสอดคล้องกับ ซีเอ็นเอ็น ทราเวล (CNN Travel.2014) มีการจัดอันดับ Asia Resort ในลักษณะรีสอร์ทที่พักเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นสถานที่สำหรับนักเดินทาง หรือนักท่องเที่ยวที่มาพัก และมีบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพหลายรูปแบบแก่ผู้มาพัก ขึ้นอยู่กับระดับของการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สปา โยคะ นั่งสมาธิ อาหารแบบปลอดสารพิษ (Organic) สอนศิลปะป้องกันตัว ฟิตเนส (Fitness) การปั่นเขา ปั่นจักรยาน การเที่ยวชมธรรมชาติ การเดินแบบพื้นเมือง ฝึกทำอาหาร ฝึกวาดภาพ การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic healing) การล้างพิษ (Detox)

ดังนั้น การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการที่พักแรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพในเขตพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เป็นการส่งเสริมเขตพื้นที่ที่มีความโดดเด่นของวิถีชีวิต เช่น อัตลักษณ์ล้านนา และยังช่วยส่งเสริมกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่มีลักษณะเฉพาะของอัตลักษณ์ เน้นการชูความโดดเด่นของวิถีชีวิตแต่ละท้องถิ่น เช่น สินค้า ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการบริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ ทั้งยังเป็นการดึงดูดความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้เป็นอย่างดีด้วยการบริหารจัดการที่เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีการเจริญเติบโต สามารถกระจายรายได้ไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการที่พักแรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้ทราบศักยภาพการบริหารจัดการ และสามารถนำไปจัดทำแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการที่พักแรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการธุรกิจที่พักเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งธุรกิจที่พักในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

1. **เขตพื้นที่ศึกษาวิจัย** ได้แก่ เขตพื้นที่พัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดลำพูน จังหวัดลำปาง จังหวัดเชียงราย จังหวัดพะเยา และโรงแรมหรือที่พักที่เป็นสมาชิกสมาคมโรงแรมไทย พ.ศ. 2559 ในเขตพื้นที่ฯ ที่มีการบริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ เช่น สปา โยคะ นั่งสมาธิ อาหารออร์แกนิก การสอนศิลปะป้องกันตัว ฟิตเนส การปั่นเขา ปั่นจักรยาน การเที่ยวชมธรรมชาติ การออกกำลังกายแบบพื้นเมือง การฝึกทำอาหาร การฝึกวาดภาพ การล้างสารพิษ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ คือ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานและผู้ประกอบการที่พักเพื่อการส่งเสริมสุขภาพในเขตพื้นที่ฯ รวมจำนวนทั้งหมด 2,315 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2559) การกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการของทาโร่ ยามานะ (Taro Yamane. 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างเป็น 345 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยถือว่ากลุ่มประชากรมีโอกาสจะถูกเลือกเท่าๆ กัน

การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหาร ตัวแทนนักท่องเที่ยวมัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว ททท.จังหวัด รวมจำนวน 50 คน และผู้ทรงคุณวุฒิ/นักวิชาการจำนวน 20 คน ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

3. ตัวแปรที่ศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยเลือกใช้คำว่า การบริหารจัดการ โดยความหมายที่ดัดแปลงที่มีความสอดคล้องกับการดำเนินงานของธุรกิจที่פקเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ วิรัช วิรัชนิภาวรรณ (2559) เพื่อใช้ในการศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการ ได้แก่ 1. คน (Man) 2. เงิน (Money) 3.บุคคล และการจัดการ (Management) 4. วัสดุ และวัตถุดิบ (Material) 5. การตลาด (Market) 6. การบริหารคุณธรรม (Morality) 7. การสร้างขวัญ และกำลังใจ (Mind) และการศึกษาแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ ได้แก่ การวางแผน (Plan) การจัดองค์การ (Organizing) การนำและสั่งการ (Leading and Directing) การควบคุม (Controlling)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ความคิดเห็นต่อศักยภาพการบริหารจัดการ เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert) จำนวน 28 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะทั่วไป

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 3 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะทั่วไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้มีรายละเอียด ดังนี้

1. ทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณแก่พนักงานและผู้ประกอบการที่פקเพื่อการส่งเสริมสุขภาพในเขตพื้นที่ฯ

2. ดำเนินการแจกแบบสอบถามเชิงปริมาณแก่พนักงานและผู้ประกอบการ

3. รวบรวมแบบสอบถามเชิงปริมาณที่ได้จากพนักงานและผู้ประกอบการ และตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วดำเนินการตามขั้นตอนของการวิเคราะห์ข้อมูล และนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อศักยภาพการบริหารจัดการ

4. ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหาร ตัวแทน นักท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว ททท. จังหวัด และผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ

5. นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญมาสังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการที่פקแรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

6. สรุปผลการสังเคราะห์ข้อมูล และจัดทำรายงานวิจัยที่สมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน ตำแหน่งงาน และข้อมูลการให้บริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพจากที่พัก โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อศักยภาพการบริหารจัดการ เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับ คน เงิน การบริหาร วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และวัตถุดิบ การตลาด การบริหารคุณธรรม การสร้างขวัญและกำลังใจ รวมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบ t-test และ F-test

3. ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการวางแผน การจัดองค์การ การนำและสั่งการ การควบคุม รวมทั้งข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ใช้วิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยวิเคราะห์สรุปประเด็นเนื้อหาแยกประเด็นคำตอบออกเป็นหมวดหมู่

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานและผู้ประกอบการ พบว่า เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 62.02 อายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 40 ปี จำนวน 347 คิดเป็นร้อยละ 86.95 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับ

ปริญญาตรี จำนวน 309 คิดเป็นร้อยละ 89.56 ประสบการณ์ทำงาน ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 7 – 10 ปี จำนวน 320 คน คิดเป็นร้อยละ 92.75 ตำแหน่งงาน ส่วนใหญ่เป็นฝ่ายบุคคล จำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 84.05 และการให้บริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ ส่วนใหญ่มีการบริการสปาเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 100

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเชิงคุณภาพ จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ พบว่า เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 อายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 – 60 ปี จำนวน คิดเป็นร้อยละ 92.85 อาชีพของผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นตัวแทนสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด เจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นตัวแทนสำนักงานจังหวัด เจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นตัวแทนตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พนักงานซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศน์ โดยที่ผู้ทรงคุณวุฒิ/นักวิชาการ ได้แก่ อาจารย์นายกสมการทองเที่ยวภาคเหนือ และตัวแทนสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ

2. ผลของการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สามารถแสดงสรุปผลการวิจัยได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานศักยภาพการบริหารจัดการ

ศักยภาพการบริหารจัดการ	พนักงาน			
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. คน	4.60	0.66	มากที่สุด	1
2. เงิน	4.47	0.56	มากที่สุด	3
3. การบริหาร	4.54	0.61	มากที่สุด	2
4. วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และวัตถุดิบ	4.44	0.56	มากที่สุด	4
5. การตลาด	4.12	0.59	มาก	7
6. การบริหารคุณธรรม	4.35	0.54	มากที่สุด	5
7. การสร้างขวัญ และกำลังใจ	4.19	0.60	มาก	6
ภาพรวม	4.38	0.58	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัยสำหรับการศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการของที่พักแรมเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานและผู้ประกอบการ พบว่า ภาพรวมของศักยภาพการบริหารจัดการอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.38$, S.D.= 0.58) โดยแยกเป็นด้านคนมากที่สุดเป็นอันดับที่ 1 ($\bar{x} = 4.60$, S.D.= 0.66) เช่น มีการวางแผนสรรหาพนักงานจากคนในชุมชน รองลงมาด้านการบริหาร ($\bar{x} = 4.54$, S.D.= 0.61) เช่น พนักงานได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกับผู้บริหาร อันดับที่ 3 ด้านการเงิน ($\bar{x} = 4.47$, S.D.= 0.56) เช่น แผนกต่างๆ มีส่วนร่วมในการวางแผนด้านการเงิน อันดับที่ 4 ด้านวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และวัตถุดิบ ($\bar{x} = 4.44$, S.D.= 0.56) เช่น มีการใช้วัตถุดิบจากในชุมชน อันดับที่ 5 ด้านการบริหารคุณธรรม ($\bar{x} = 4.35$, S.D.= 0.54) เช่น มีการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ชัดเจน และพนักงานรับทราบโดยทั่วกัน อันดับที่ 6 ด้านการสร้างขวัญ และกำลังใจ ($\bar{x} = 4.19$, S.D.= 0.60) เช่น มีการให้รางวัล ชื่นชม ยินดี กรณีที่พนักงานปฏิบัติได้ตามวัตถุประสงค์ขององค์กร และอันดับที่ 7 ด้านการตลาด ($\bar{x} = 4.12$, S.D.= 0.59) เช่น มีการทำแผนการตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น

3. ผลของการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สามารถวิเคราะห์สรุปประเด็นเนื้อหาแยกประเด็นคำตอบเกี่ยวกับ แนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ สามารถแสดงผลการศึกษาได้ดังนี้

3.1 การวางแผน ผลการศึกษาพบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเขตพื้นที่ที่มีความโดดเด่นของวิถีชีวิตอัตลักษณ์ล้านนาในการวางแผนด้านคน ที่มีการสรรหาพนักงาน โดยสรรหาจากพนักงานในท้องถิ่น รวมทั้งมีการจัดทำมาตรฐานการทำงาน (SOP - Standard Operating Procedure) การวางแผนด้านการตลาดมีการดำเนินงานเป็นประจำทุกปี และมีการทบทวนตลอดระยะเวลารายไตรมาสโดยตั้งเป้าหมายการวางแผนทางการตลาดให้โรงแรมเป็นที่รู้จัก ศึกษาโรงแรมคู่แข่ง วิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด วิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย วางกลยุทธ์ที่มีบริการที่เด่นเฉพาะ สร้างความแตกต่างที่เป็นเอกลักษณ์ของโรงแรม และการวางแผนด้านการสร้างขวัญ และกำลังใจ โดยการให้โอกาสคนในท้องถิ่นในการรับเข้ามาปฏิบัติงานก่อนเสมอ

ข้อสังเกตสำหรับการจัดทำแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ ด้านการวางแผนทางการตลาด ควรมีการเพิ่มศักยภาพทางการตลาด เนื่องจากยังไม่สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้ในช่วงนอกฤดูกาลการท่องเที่ยว (Low Season) เช่น เดือนมีนาคม – เดือนกันยายน ทำให้โรงแรมต้องแบกรับภาระต้นทุนพนักงาน ต้นทุนด้านการดูแล การทำความสะอาด และรายจ่ายภายในโรงแรมอื่นๆ ดังนั้น โรงแรมจึงควรวางแผนทางการตลาดเพื่อหาแคมเปญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่ๆ ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวหรือแสวงหากลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นที่นิยมท่องเที่ยวในช่วงหน้าฝนหรือจัดแคมเปญโดยร่วมมือกับพันธมิตรทางการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน บริษัททัวร์ ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง สมาคมโรงแรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อกระตุ้นความสนใจจากนักท่องเที่ยวโดย

การวางแผนล่วงหน้ามากกว่าที่จะใช้วิธีการแข่งขันกันลดราคาห้องพัก และควรประชาสัมพันธ์แคมเปญเหล่านี้ผ่านช่องทางต่างๆ ทั้งทางสื่อสังคมออนไลน์ เว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวต่างๆ แล้วควรประชาสัมพันธ์ผ่านการออกบูธ การจัดอีเวนต์ตามสถานที่ต่างๆ อีกด้วย กล่าวคือ ควรวางแผนการตลาดเชิงรุก และสร้างการรับรู้ถึงสินค้าและบริการของโรงแรม

3.2 การจัดองค์การ ผลการศึกษาพบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเขตพื้นที่ในด้านวัสดุ โดยจัดให้มีพนักงานที่คอยคุยกับชุมชน หรือ มีความเกี่ยวข้องกับชุมชน ทำหน้าที่ในการจัดซื้อ ประสานงานกับซัพพลายเออร์ต่างๆ ชุมชน หรือสมาคมเพื่อสุขภาพในท้องถิ่น ในการนำวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และวัตถุดิบเข้ามาในโรงแรมเพื่อใช้ในการบริหารจัดการในโรงแรม และใช้ในการบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพตรงตามความต้องการ และคุ้มค่ากับงบประมาณ รวมทั้งสรรหาซัพพลายเออร์ใหม่ๆ และประเมินซัพพลายเออร์ที่โรงแรมส่งสินค้าอยู่เป็นประจำ

3.3 การนำ และสั่งการ ผลการศึกษาพบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเขตพื้นที่ ด้านการบริหารงาน โดยมีการจูงใจพนักงานด้วยเงินเดือน เซอร์วิสชาร์จ ประกันสังคม การตรวจสุขภาพ และอื่นๆ การสื่อสารควบคุมการทำงานเป็นแบบหัวหน้ไปสู่ลูกน้อง (Top to Down) และโรงแรมยังมีวิธีบริหารจัดการด้านการสื่อสารที่เหมาะสมกับพนักงาน นอกจากนี้ผู้บริหารมีการบริหารแบบครอบครัว ผู้บริหาร และพนักงานมีความใกล้ชิดกัน มีความสัมพันธ์อันดี และมีลักษณะการทำงานเป็นทีมแบบช่วยเหลือซึ่งกัน และกัน ทำให้มีบรรยากาศการทำงานที่ดี ด้านคน มีการสร้างทีมงาน กระตุ้นหรือสร้างแรงจูงใจให้คนทำงานโดยการตระหนักว่าพนักงานไม่ว่าจะตำแหน่งใดล้วนสำคัญกับองค์กร และให้พนักงานมีโอกาสนับผู้บริหารเพื่อเสนอแนวทาง ปัญหา อุปสรรคหรือแผนที่จะพัฒนาแผนของตน รวมถึงการปรับทุกข์หรืออื่นใดในเรื่องส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ทำให้พนักงานเกิดความไว้วางใจในตัวผู้บริหาร และผู้บริหารยังเป็นผู้ริเริ่ม เป็นต้นแบบการวางรูปแบบของการบริการหรือรูปแบบของกิจกรรมต่างๆ ในโรงแรม ด้านเงิน มีการจัดการรายจ่าย ตรวจสอบรายได้อย่างสม่ำเสมอ และร่วมกับพนักงานในการสรรหาบริการเฉพาะหรือความพิเศษของโรงแรม เช่น การบริการการนวดที่นำวัตถุดิบมาจากชุมชน วิธีการนวดที่มีต้นแบบมาจากชุมชน เพื่อสร้างความแตกต่างจากโรงแรมอื่น ด้านคุณธรรม โดยการรักษาสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ส่งเสริมการทำงานที่ซื่อสัตย์สุจริต สร้างแนวทางในการทำงานร่วมกันโดยปฏิบัติตามกฎหมาย สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับแขกและชุมชนโดยรอบที่โรงแรมตั้งอยู่ ให้การช่วยเหลือสังคมและชุมชน ด้านการสร้างขวัญ และกำลังใจ โดยผู้บริหารเป็นผู้กระตุ้นให้พนักงานมีศักยภาพการทำงานจากการสร้างขวัญและกำลังใจ โดยเริ่มจากการจัดสภาพแวดล้อมการทำงานให้น่าทำงาน แบ่งหน้าที่การทำงาน และมีทิศทางการ

ทำงานอย่างชัดเจน จัดสถานที่พักผ่อนอาหารพื้นเมือง/ชุมชนไว้บริการพนักงาน ให้โอกาสพนักงาน ในการเข้าอบรม สัมมนา เพิ่มพูนความรู้ ส่งเสริมให้มีกิจกรรมสำหรับพนักงาน และมีรางวัลเพื่อสร้าง แรงจูงใจ

3.4 การควบคุม ผลการศึกษาพบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเขตพื้นที่ฯ ด้านคน มีการประชุม ติดตามการดำเนินงาน จากหัวหน้างานไปสู่ลูกน้องซึ่งเป็นพนักงานระดับล่าง ติดตามการดำเนินงาน ระหว่างผู้บริหารกับพนักงานระดับล่าง โดยตรง ซึ่งไม่ผ่านหัวหน้างาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน และควบคุมการทำงานจากความพึงพอใจของลูกค้า การให้ความสำคัญกับการรับรู้การดำเนินงาน จากการรีวิวโดยรวมข้อมูลจากการเขียนรีวิวในเว็บไซต์ OTA ต่างๆ ผ่านโปรแกรมของโรงแรม หากมีข้อบกพร่องจากพนักงาน โรงแรมก็จะตรวจสอบ ปรับปรุง รวมถึงควบคุมการดำเนินงานต่อไป และมีการประเมินผลการปฏิบัติงานในแต่ละส่วนงาน โดยเปรียบเทียบกับมาตรฐานการทำงานที่ โรงแรมกำหนดไว้ ด้านการบริหารงาน เพื่อรักษามาตรฐานการบริการ โดยน่านโยบายและมาตรการ ระเบียบปฏิบัติงานมาใช้ในการควบคุมดูแลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ผู้บริหารมีการตรวจสอบการทำงานของ พนักงาน และประเมินการทำงานเพื่อให้รางวัลแก่พนักงานที่ทำงานดี โดยมีเกณฑ์ชี้วัดผลการ ดำเนินงาน และมีการติดตามความพึงพอใจของลูกค้าผู้มาใช้บริการจากรีวิวบนเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อ เป็นการควบคุมมาตรฐานการบริการอันเนื่องมาจากการบริหารงานอีกด้วย ด้านการสร้างขวัญ และกำลังใจ โดยมีการติดตามผลการบริหารงาน และแก้ไขหากจำเป็น รวมถึงสร้างการตระหนักรู้ถึง ความสำคัญของพนักงานแต่ละแผนกในโรงแรมอย่างสม่ำเสมอ พนักงานสามารถสื่อสารความต้องการ หรือข้อขัดข้องใจกับผู้บริหารได้โดยตรง ซึ่งทำให้ผู้บริหารทราบเรื่องราว ความเป็นไป และ เหตุการณ์ต่างๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการบริหารโรงแรม และมีการสำรวจความพึงพอใจของพนักงานต่อสภาพแวดล้อมการทำงาน และแก้ไขปรับปรุงตามความคิดเห็นของพนักงาน

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยสำหรับการศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการของที่พักแรมเพื่อการส่งเสริม สุขภาพจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานและผู้ประกอบการ พบประเด็นเด่นที่สุดเป็นด้านคน ในขณะที่ ด้านการตลาดเป็นประเด็นที่น้อยที่สุดสำหรับศักยภาพการบริหารจัดการของที่พักแรมเพื่อการส่งเสริม สุขภาพ

ซึ่งสอดคล้องกับการสรุปผลการวิจัยสำหรับการจัดทำแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหาร จัดการจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ เช่น เจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นตัวแทนสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด เจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นตัวแทนสำนักงานจังหวัด เจ้าหน้าที่ซึ่ง

เป็นตัวแทนตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พนักงานซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศน์ และตัวแทนสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ พบประเด็นเด่นที่สุดคือ ด้านคน เช่น มีการวางแผนสรรหาพนักงานจากคนในชุมชน จัดให้มีพนักงานที่คุ้นเคยกับชุมชน หรือ มีความเกี่ยวข้องกับชุมชน ทำหน้าที่ในการจัดซื้อ ประสานงานกับซัพพลายเออร์ต่างๆ ชุมชน หรือสมาคมเพื่อสุขภาพในท้องถิ่น ในการนำวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และวัตถุดิบเข้ามาในโรงแรมเพื่อใช้ในการบริหารจัดการในโรงแรม

นอกจากนี้ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ เช่น นายกสมาคมการท่องเที่ยวภาคเหนือ ตัวแทนสมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ สรุปผลการวิจัยได้ว่า อันดับที่ 2 เป็นด้านการบริหารงบประมาณ 1 เรื่องหาร เช่น พนักงานได้มีโอกาสพบปะพูดคุยกับผู้บริหาร การบริหารแบบครอบครัว ผู้บริหารและพนักงานมีความใกล้ชิดกัน มีความสัมพันธ์อันดี และมีลักษณะการทำงานเป็นทีมแบบช่วยเหลือซึ่งกัน และกัน ทำให้มีบรรยากาศการทำงานที่ดี และอันดับที่ 3 จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ เช่น เจ้าหน้าที่ซึ่งเป็นตัวแทนตัวแทนสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด พนักงานซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศน์ อาจารย์ นายกสมาคมการท่องเที่ยว สรุปผลการวิจัยได้ว่าเป็น ด้านการเงิน เช่น แผนกต่างๆ มีส่วนร่วมในการวางแผนด้านการเงิน มีการจัดการรายจ่าย ตรวจสอบรายได้อย่างสม่ำเสมอ และร่วมกับพนักงานในการสรรหาบริการเฉพาะหรือความพิเศษของโรงแรม เช่น การบริการการนวดที่นำวัตถุดิบมาจากชุมชน วิธีการนวดที่มีต้นแบบมาจากชุมชน ทั้งนี้ด้านการตลาดจากการศึกษาพบว่า เป็นด้านที่ธุรกิจที่พิกเพื่อส่งเสริมสุขภาพในเขตพื้นที่ฯ สนับสนุนให้จัดทำเป็นแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการในช่วงนอกฤดูกาลของการท่องเที่ยว เช่น เดือนมีนาคม – เดือนกันยายน

ดังนั้นสามารถสรุปผลการวิจัยจากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานและผู้ประกอบการ รวมทั้งข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ เพื่อนำไปจัดทำแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการที่พิกเพื่อส่งเสริมสุขภาพในเขตพื้นที่อารยธรรมล้านนา คือ ด้านการตลาด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ตามประเด็นในการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. อภิปรายผลของการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า **ด้านคน** ได้แก่ มีการวางแผนกำลังคนให้วัตถุประสงค์ การดำเนินงานของหน่วยงาน รวมทั้งการสรรหาพนักงานจากในชุมชนสอดคล้องกับเรวาร์ท และโมฮาเหม็ด (Hrout & Mohamed. 2014) เผยว่า การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม โดยคำนึงถึง

ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การออกกฎหมายและกฎระเบียบ วัฒนธรรม
แห่งชาติ และโลกาภิวัตน์ และปัจจัยภายใน ได้แก่ ขนาดอุตสาหกรรมและลักษณะโครงสร้างของ
องค์การ กลยุทธ์และการปฏิบัติที่ผ่านมา การฝึกอบรม การสร้างความสามารถและสภาพแวดล้อม
ในการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการส่งเสริม การปฏิบัติงาน ตลอดจนการพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่าง
ทรัพยากรมนุษย์ นายจ้าง และ ตัวแปรอื่นๆ เช่น ทักษะ การปฏิบัติงานของทรัพยากรมนุษย์ ภาษา
ขนบธรรมเนียมของชุมชน **ด้านการบริหาร** ได้แก่ มีการติดตามความพึงพอใจของลูกค้าจากเว็บไซต์
เว็บไซต์ต่างๆ เพื่อการบริหารและควบคุมมาตรฐานการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับวาสนา ศรีอัครลาภ
และจิราวรรณ คงคล้าย (2559) ได้เผยว่า แนวคิดในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ขององค์การในยุค
ข้อมูลสารสนเทศ แนวคิดใน การจัดการองค์การยุคใหม่ในอนาคต บทบาทและความสำคัญของการ
บริหารทรัพยากรมนุษย์คุณลักษณะของทรัพยากรมนุษย์ที่องค์การคาดหวังว่าจะช่วยให้องค์การ
บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ประกอบด้วย คุณลักษณะ 6 ประการ
ได้แก่ (1) การมุ่งมั่นเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (2) การเปิดใจยอมรับการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวเข้ากับ
โครงสร้างองค์การที่ยืดหยุ่น (3) มีความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ (4) มีการทำงานเป็นทีม (5) การเปิดใจ
ยอมรับการแบ่งปันข้อมูลสารสนเทศ และ (6) การสนับสนุนจากองค์การและการแสดงออกถึงการ
เป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ **ด้านการเงิน** ได้แก่ การมีส่วนร่วมของแผนกต่างๆ ในการคำนวณ
ความต้องการด้านงบประมาณ และตั้งเป้ารายได้ของแต่ละปีร่วมกันกับผู้บริหาร สอดคล้องกับ
อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์ (2562) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมและความเข้าใจอันดีระหว่างพนักงานทุกฝ่าย
ในการจัดทำงบประมาณเป็นหนึ่งในพฤติกรรมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดทำงบประมาณ
นอกจากนี้การที่ผู้บริหารให้ความสำคัญกับการจัดแผนทางงบประมาณยังเป็นเครื่องมือสำคัญ ที่
จะควบคุมให้การจัดทำแผนงบประมาณมีประสิทธิภาพ **ด้านวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และวัตถุดิบ**
ได้แก่ มีการใช้วัตถุดิบจากชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับวิไลลักษณ์ วงค์ชัย กัสมา กาซ็อน และ
วัฒนา ยืนยง (2561) กล่าวว่า พนักงานทำหน้าที่ในการจัดซื้อ ประสานงานกับซัพพลายเออร์ต่างๆ
ชุมชนหรือสมาคม เพื่อสุขภาพในท้องถิ่น ในการนำวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ และวัตถุดิบเข้ามาใน
โรงแรมเพื่อใช้ในการบริหารจัดการในโรงแรม และใช้ในการบริการลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ
ตรงตามความต้องการ และคุ้มค่ากับงบประมาณ **ด้านการบริหารคุณธรรม** ได้แก่ กำหนดกฎระเบียบ
ข้อปฏิบัติ ข้อกำหนดต่างๆ ด้านจรรยาบรรณ และมาตรฐานการทำงานอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้อง
กับศิริพงษ์ ฐานมั่น (2562) เผยว่า องค์การใดที่มีการส่งเสริมให้เกิดคุณธรรมจริยธรรมย่อมมีความเจริญ
และพบกับความสำเร็จ ได้กล่าวได้ว่า คุณธรรม และจริยธรรมมาจากผู้บริหารเป็นผู้ที่กำหนดแนวคิด
และนโยบาย การนำนโยบายมาประยุกต์ใช้เป็นแผน และวิธีการปฏิบัติ โดยมีพื้นฐานที่ให้ความ

สำคัญกับทรัพยากรในองค์กร เน้นที่ทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเชื่อว่าคุณธรรม และจริยธรรมจะมีอยู่เป็นคุณสมบัติประจำตัวในแต่ละบุคคล **ด้านการสร้างขวัญ และกำลังใจ** ได้แก่ การแบ่งหน้าที่การทำงานและมีทิศทางการทำงานอย่างชัดเจน สอดคล้องกับยศวจน์ พยุงผลชัยสาร และสมชาย คุ่มพูล (2558) เผยข้อมูลว่า บุคลากรที่มีขวัญกำลังใจในการทำงานที่ดีจะส่งผลที่ดีต่อองค์กร และก่อให้เกิดประโยชน์ในการบริหาร รวมทั้งการทำงานที่ยืดหยุ่น ของคนทำงานในยุคปัจจุบันเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกองค์กรเข้าร่วมทำงาน โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ให้ความยืดหยุ่นมากกว่าจำนวนวันหยุด อีกทั้งองค์กรที่ขาดนโยบายด้านความยืดหยุ่นในการทำงานมีแนวโน้มที่จะสูญเสียพนักงานที่มีความรู้ความสามารถสูงกว่าองค์กรที่มีความยืดหยุ่นในการทำงานทั้งในด้านเวลาทำงาน และ สถานที่ทำงาน (จรัส งามวิโรจน์เจริญ, 2562) และ**ด้านการตลาด** ได้แก่ การทำการตลาดสื่อสารผ่านงาน อีเวนต์ สอดคล้องกับกัลยา สว่างคง และ วิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2561) กล่าวว่า กลยุทธ์ที่น่าสนใจในการทำการตลาดสำหรับธุรกิจบริการในปัจจุบัน คือ กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ

2. อภิปรายผลของการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 แนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ **ด้านการตลาด** เนื่องจากธุรกิจที่พิกังไม่สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการได้ในช่วงนอกฤดูกาลของการท่องเที่ยวในเดือนเดือนมีนาคม – เดือนกันยายน ในเขตพื้นที่ฯ นั้น จากการศึกษาพบประเด็นดังนี้ มีการรักษาลูกค้าเก่าโดยการสื่อสารการตลาดด้วยแผ่นพับ โบรชัวร์ รวมทั้งการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ การให้สิทธิประโยชน์ลูกค้าเก่า รวมทั้งการขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของโรงแรมผ่านทางช่องทางออนไลน์ สอดคล้องกับ รามจีธ และซาเฮบ (Pramjeeth & Saheb. 2013) กล่าวว่า การบริหารลูกค้าสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องนับเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ธุรกิจหลายประเภทยอมรับใช้ และพยายามในการดึงดูดฐานลูกค้าเก่าเพื่อมาใช้บริการในช่วงนอกฤดูกาลเดินทาง สำหรับกลุ่มลูกค้าใหม่ คือ การจับกลุ่มลูกค้าภาครัฐ กลุ่มสัมมนา กลุ่มจัดงานอีเว้นท์ต่างๆ กลุ่มพักอาศัยเพื่อการแพทย์ กลุ่มเกษียณอายุ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่ใช้เวลาพักในช่วงวันธรรมดา ซึ่งสอดคล้องกับ เซินหยาว, เว่ย และ มาร์ (Senyao S., Wei H., & Ma N., 2020) ศึกษาว่า การหาตลาดใหม่ในกลุ่มลูกค้าที่ไม่ได้มีข้อจำกัดทางด้านฤดูกาลท่องเที่ยวจึงนับเป็นกลุ่มลูกค้าที่น่าสนใจ รวมทั้งการใช้พื้นที่โรงแรมจัดงานประเพณี หรืองานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เช่น การทำอาหารพื้นเมือง การแสดงจากชุมชน การเยี่ยมชมธรรมชาติ การส่งเสริมผลิตภัณฑ์จากชุมชน การปลูกต้นไม้ การจัดกิจกรรมช่วยเหลือสังคม การเดินป่ากับช้าง ซึ่งสอดคล้องกับจอห์น (John, 2014) เผยว่า การจัดงานอีเวนต์ งานสัมมนา งานเทศกาลนั้น สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้เป็นอย่างดีต่อนโยบายการท่องเที่ยวของภาครัฐเชิงมหภาค เช่น การจัดกิจกรรมการวิ่ง การจัดงานมหกรรมสินค้าหรือ

อาหารของภาคเหนือการจัดงานแสดงของภาคเหนือ นอกจากนี้ธุรกิจที่พักรังใช้ช่วงเวลาดังกล่าวในการปรับปรุง หรือซ่อมแซมพื้นที่โรงแรม รวมทั้งเป็นช่วงเวลาที่สามารถจัดการฝึกอบรมและพัฒนาให้พนักงานหรือการส่งพนักงานไปฝึกอบรมและพัฒนาเพิ่มเติมนอกสถานที่ นอกจากนี้ธุรกิจที่พักรังสามารถใช้ช่วงเวลาดังกล่าวอนุญาตให้พนักงานได้ใช้ วันลาหยุดอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับรามจิธ และชาเฮบ กล่าวว่า การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น การปรับปรุงพื้นที่โรงแรม เพื่อรองรับหรือเพิ่มโอกาสอันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นได้สร้างความน่าสนใจได้ รวมทั้งเป็นการเตรียมพร้อมรองรับนักท่องเที่ยวสำหรับฤดูกาลท่องเที่ยวอีกด้วย

ดังนั้น สรุปได้ว่า แนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ ด้านการตลาด ในช่วงนอกฤดูกาลของการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ฯ สามารถดำเนินการได้หลายวิธีดังที่กล่าวข้างต้น ทั้งนี้ธุรกิจที่พักรังเพื่อการส่งเสริมสุขภาพในเขตพื้นที่ฯ ควรมีการจัดองค์การ การนำ สิ่งการ การควบคุมที่สอดคล้องและเหมาะสมกับแผนการตลาดที่เลือกใช้ ทั้งนี้การเลือกใช้แผนการตลาดควรให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานของธุรกิจที่พักรังอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับนิติ รัตนปริชาเวช และจิตตารณศรีบุญจิตต์ (2559) กล่าวว่า กลยุทธ์ในการรับมือกับความไม่แน่นอนของอัตราว่างในช่วงนอกฤดูกาลเดินทางในธุรกิจโรงแรม สามารถแบ่งกลยุทธ์ได้เป็นระยะสั้น ได้แก่ การจัดอีเวนท์หรืองานเทศกาล การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการบริการใหม่ การกำหนดราคาใหม่ โดยที่กลยุทธ์ระยะยาว ได้แก่ การให้สิทธิประโยชน์ ของแถม คະเนนสะสม ระบบสมาชิก การหาตลาดกลุ่มใหม่หรือกลุ่มเฉพาะ และกลยุทธ์อื่น เช่น การสร้างพันธมิตรและเครือข่ายสำหรับกลุ่มเจ้าของโรงแรมขนาดเล็ก การควบคุมต้นทุน รวมทั้งการเพิ่มรายได้ในทางอื่น

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

การนำแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ ด้านการตลาดในช่วงนอกฤดูกาลของการท่องเที่ยวไปใช้ในธุรกิจที่พักรังเพื่อส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงธุรกิจที่พักรังประเภทต่างๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ให้มีการกระจายรายได้ไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ได้อย่างต่อเนื่องนั้น ให้พิจารณาความโดดเด่นของวิถีชีวิตในแต่ละพื้นที่ เช่น อัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อช่วยส่งเสริมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่มีลักษณะเฉพาะพื้นที่ เน้นการชูความโดดเด่นของวิถีชีวิตแต่ละท้องถิ่น เช่น สินค้า ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการบริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ เป็นการดึงดูดความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้เป็นอย่างดีด้วยการบริหารจัดการที่เหมาะสมสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ นอกจากนี้ควรพิจารณาฤดูกาลท่องเที่ยวของภูมิภาคหรือชุมชนตนเอง เช่น ฤดูกาลท่องเที่ยว นอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยที่การเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ ด้านการ

ตลาด ควรให้มีการเชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป็นการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน ผลิตภัณฑ์จากชุมชน กิจกรรมการบริการ เพื่อสุขภาพจากวัฒนธรรมของชุมชน วัตถุประสงค์การประกอบอาหารจากชุมชน รวมทั้งประเพณีต่างๆ จากชุมชน เพื่อใช้เป็นแนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจที่พิกประเภทต่างๆ ได้อย่าง สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

เอกสารอ้างอิง

- กานดา ธีรานนท์. (2560). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย: สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน. *FEU academic review*. 12(Supplement). 22-22.
- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561 – 2564*. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2563, จาก <https://www.dot.go.th/storage5V7jtvCF7hvNiXPu7ModT7giHiF1ZbRokN8nBVx.pdf>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560*. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2563, จาก <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER065/GENERAL/DATA0000/00000359.PDF>.
- กัลยา สว่างคง และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2561). กลยุทธ์พันธมิตรทางธุรกิจ: ทางเลือกสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยวของไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn Universit*. 11(1). 150-167.
- จรัส งามวิโรจน์เจริญ. (2562). *Organizational Resilience องค์กรที่ใช้ความยืดหยุ่นเป็นแนวทางปฏิบัติ*. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2563, จาก <https://thaipublica.org/2020/05/data-driven-society44/>.
- นิติ รัตนปรีชาเวช และ จิตตารณ ศรีบุญจิตต์. (2559). กลยุทธ์ในการรับมือกับความไม่แน่นอนของอัตราว่างในช่วงนอกฤดูกาลเดินทางในธุรกิจโรงแรม. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*. 38(150). 93-125.
- บริษัท เอฟพีเน็ต จำกัด. (2559). *รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการทิศทางการพัฒนาท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะ 10 ปี*. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2563, จาก [https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/article_attach/02FinalReportDirection10 Year.pdf](https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/article_attach/02FinalReportDirection10Year.pdf).

- ยศวจน์ พงษ์ผลชัยสาร และสมชาย คุ่มพูล. (2558). ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน). *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*. 4(1). 85-103.
- วารสารวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). **จับเทรนด์เป็นจุดขาย พลิกโอกาสท่องเที่ยวไทย**. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2563, จาก <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2016/menu-22016/711-22016-trend-sell>.
- วาสนา ศรีอิศรลาภ และ จิรวรรณ คงคล้าย. (2559). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรแห่งยุคสารสนเทศ สื่อองค์การยุคใหม่ในอนาคต. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 9(2). 328-338.
- วิรัช วิรัชนิการวรรณ. (2559). **50 แนวคิด ตัวชี้วัด ตัวแบบของการบริหารจัดการและการบริหารจัดการที่ยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โพธิ์เพชร.
- วิไลลักษณ์ วงศ์ชัย กัสมา กาซ็อน และ วัฒนา ยืนยง. (2561). อิทธิพลของการบริหารงบประมาณที่มีต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ*. 11(1). 88-96.
- ศิริพงษ์ ฐานมั่น. (2562). การเสริมสร้างคุณธรรมจริยธรรมในศตวรรษที่ 21 เพื่อรองรับองค์การแห่งยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. *Valaya Alongkorn Review (Humanities and Social Science)*. 9(1). 146-163.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). **สำรวจการประกอบกิจการโรงแรมและเกสต์เฮาส์ พ.ศ. 2559**. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2563, จาก <http://www.nso.go.th/sites/2014/A1.aspx>.
- อนุรักษ์ ทองสุโขวงศ์. (2562). **การจัดทำงบประมาณเพื่อการวางแผนและควบคุม**. สืบค้นเมื่อ 9 เมษายน 2563, จาก <https://home.kku.ac.th/anuton/cost%20accounting/cost%20management.htm>.
- CNN Travel. (2014). **Asia's top 10 wellness resorts**. Retrieved August 4, 2020 from <http://travel.cnn.com/top-10-wellness-resorts-asia-051906/>.
- Global Wellness Institute. (2017). **Global Wellness Economy Monitor 2017**. Retrieved August 4, 2020 From <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2018-global-wellness-economy-monitor/>.
- Hrout, S. A., & Mohamed, B. (2014). **Human Resource Management Practice Tourism and Hotel Industry**. Retrieved August 4, 2013 from https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2014/09/shsconf_4ictr2014_01076.pdf.

- Pramjeeth, S., & Saheb, F. (2013). *çA Marketing Framework to increase Sales during the Off Peak Season: The Case of Travel Agencies in Mauritiusé, Elixir Marketing Mgmt.* 59 (15885-15894).
- John, P. (2014). **How Can Hotels Increase Occupancy during the Off-Season Months?**. Retrieved August 4, 2020 from http://www.hotelogix.com/blog/2014/07/17/how-can-hotels-increase-occupancy-during-the-off-season-months/?_hstc=753710.11ef_8ead0e77a213d1d7a135764129a4.1407146734185.1407146734185.1407146734185.1&_hssc=753710.1.1407146734185&_hsfp=674249037#comments.
- Senyao S., Wei H., & Ma N. (2020). **How off-season tourism promotion affects seasonal destinations?** A multi-stakeholder perspective in Tibet. Retrieved August 4, 2020 from https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-04-2019-0123/full/html?casa_token=8MOq4dJp5r0AAAAA:2PAfdD2pHYloij86KOutG0FmmfrV-hK2_DrQopACHwTqxdipr-CE62hTllyHbHzrpS4OkftKrKCSSQTUGIQs5eZtan5IYDXeuFx1mG8uccBUQsoWkeNpg.
- Taro Yamane. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. Third edition. New York: Harper and Row Publication.