

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

ในสภาวะการณปัจจุบัน ธุรกิจมีการแข่งขันระดับสูง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่มีอยู่ตลอดเวลาและนโยบายของรัฐบาลที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในยุคของโลกไร้พรมแดน ปัจจัยเหล่านี้เป็นตัวกำหนดให้รูปแบบการบริหารจัดการของแต่ละองค์กรที่เคยประสบผลสำเร็จเมื่อในอดีต จำเป็นต้องปรับปรุงตนเองให้สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้น ไม่ว่าจะองค์กรขนาดใหญ่และขนาดเล็กจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางปรับปรุงแก้ไขเพื่อความอยู่รอดและเร่งหาทางปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือหาวิธีการจัดการที่สอดคล้องกับยุคสมัยใหม่ เพื่อการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและความอยู่รอดขององค์กร ธุรกิจหอพักก็เกิดการแข่งขันเช่นเดียวกับธุรกิจอื่น ๆ ในโลก (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. 2556 : ออนไลน์)

ปัจจุบันในจังหวัดมหาสารคามมีความเติบโตด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก จึงทำให้เกิดการจ้างงานในจังหวัดมหาสารคาม ทำให้ประชาชนที่อยู่ต่างอำเภอและต่างจังหวัด เดินทางเข้ามาทำงานมากขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้ง จังหวัดมหาสารคามยังเป็นศูนย์กลางทางการศึกษา เนื่องจากมีสถานบันการศึกษา ภาครัฐ ที่มีชื่อเสียงหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตมหาสารคาม วิทยาลัยเทคนิคมหาสารคาม วิทยาลัยอาชีวศึกษามหาสารคาม เป็นต้น ผนวกกับนโยบายรัฐที่มุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากร ด้วยการขยายโอกาสทางการศึกษาให้มากขึ้น จำนวนนักเรียน นักศึกษา ในแต่ละแห่งจึงมีแนวโน้มมากขึ้นด้วย ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคามมีการพัฒนาและเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง (นิรันดร์ลักษณ์ ชันขวา. 2552 : 1)

ธุรกิจหอพักเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องหากกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการ เพื่อแสวงหาวิธีการดำเนินงานให้แตกต่างจากคู่แข่ง ธุรกิจหอพักจำเป็นจะต้องมีกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น กลยุทธ์การลดต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การจำกัดขอบเขต และการตอบสนองที่รวดเร็ว (Porter. 1985 : 11 - 15) เพื่อยึดเหนี่ยวลูกค้าเดิมให้มั่นคงและเพิ่มลูกค้าใหม่จากการบริหารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดแก่ธุรกิจหอพักและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมีทัศนคติที่ดีต่อหอพัก ลูกค้า คือ สิ่ง queทุกคนต่างยอมรับว่าเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดของธุรกิจ

บริการและค่านิยมที่ธุรกิจพยายามปลูกฝัง คือ การรักษาลูกค้าไว้ให้ยาวนานเท่าไร ลูกค้าก็จะสามารถสร้างมูลค่าตลอดช่วงชีวิตของลูกค้า (Customer Lifetime value) (วิทยา ด้านบริหารธุรกิจ และพิภพ อุดร. 2549 : 16) โดยกลยุทธ์ดังกล่าวเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ธุรกิจหอพักประสบผลสำเร็จ สามารถแข่งขันกับผู้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกันธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคามมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าทำให้ธุรกิจหอพักมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่จะเข้าพักอาศัยหอพัก และหอพักแต่ละแห่งมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เช่น ทางด้านราคา ระยะการเดินทาง สถานที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักทำให้ลูกค้ามีโอกาสที่จะเลือกเข้าพักตามความต้องการของแต่ละบุคคล จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักมีการแข่งขันกัน โดยมีปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเข้าพักของลูกค้า อัน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541 : 43) ที่มีผลต่อความต้องการของลูกค้าที่มีความต้องการไม่เท่ากันขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละบุคคล สิ่งเหล่านี้จึงเป็นตัวกำหนดเป้าหมาย ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก จึงต้องนำกลยุทธ์ที่จะทำให้หอพักของตนเองเหมาะกับการเป็นที่พักอาศัยที่ดีของลูกค้า (สำนักพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดมหาสารคาม. 2554 : 2)

ผลการดำเนินงานจึงเป็นอีกวิธีที่ใช้ในการประเมินธุรกิจหอพัก โดยเฉพาะหอพักที่อยู่ในการแข่งขันสูง การประมวลผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ จึงเป็นวิธีการวัดผลการดำเนินงานให้เห็นแง่มุมที่กว้าง ประกอบด้วยตัววัดผลการปฏิบัติงานจำนวน 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และ ด้านเรียนรู้และการพัฒนา (พสุ เดชะรินทร์. 2545 : 37) การรับรู้สิ่งเหล่านี้ จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักการมีข้อมูลเพียงพอต่อการประเมินผลของกลยุทธ์ และยังมีความสัมพันธ์ต่อกันในเชิงเหตุและผล (Cause and Effect) ในลักษณะธุรกิจหอพักว่าจะมีกำไรได้ต้องมาจากลูกค้า ซึ่งการจะหาลูกค้าต้องมีการดำเนินการงานที่ดี ดังนั้นการจะดำเนินการงานให้ได้ดีผู้ประกอบการต้องมีทักษะ ความพร้อมในการทำงาน จึงทำให้การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพมีความแตกต่างจากเครื่องมือในการประเมินผลทั่วไป (พัคตร์พวง วัฒนาสินธุ์ และพสุ เดชะรินทร์. 2545 : 312 - 322)

จากการสำรวจเบื้องต้นเกี่ยวกับคู่แข่งของกลุ่มธุรกิจหอพักที่อยู่ในจังหวัดมหาสารคามพบว่า ข้อได้เปรียบอย่างหนึ่งที่สังเกตได้ คือ หอพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและอยู่ใกล้สถานบันการศึกษาหรือแหล่งที่ทำงาน หอพักนั้นจะได้รับความนิยมจากผู้เข้าพักอย่างมาก จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้หอพักที่เปิดให้บริการมากกว่า 7 ปี ซึ่งถือว่าเป็นธุรกิจเดิมที่เข้ามาในตลาดก่อนสภาพภายในที่ค่อนข้างทรุดโทรม เครื่องอำนวยความสะดวกภายในผ่านการใช้งานและต้องมีการซ่อมบำรุงและมีจำนวนผู้ที่เข้ามาใช้บริการต่ำกว่าหอพักที่สร้างขึ้นใหม่อยู่มาก ขณะเดียวกันหอพัก

ในจังหวัดมหาสารคาม มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง (ณัฐการ์ต์ ไหวดี, 2556 : สัมภาษณ์) จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดกับผลการดำเนินงานธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาสามารถเป็นข้อมูลในการปรับปรุงการบริหารจัดการธุรกิจหอพักให้มีคุณภาพและเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพการแข่งขันธุรกิจหอพักให้สูงขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การแข่งขันของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดกับ

ผลการดำเนินงานธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม

สมมติฐานการวิจัย

กลยุทธ์การแข่งขันและกลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคามในทิศทางเดียวกัน

ขอบเขตการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขต และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ดังนี้

1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 1,060 คน (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดมหาสารคาม, 2556 : 1-42)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 291 คน สำหรับการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยใช้สูตรการคำนวณตามวิธีของยามาเน่ (Yamane, 1973 : 727)

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาของกรวิจัยไว้ ดังนี้

2.1 กลยุทธ์การแข่งขัน ได้แก่ 1) ด้านการลดต้นทุน 2) ด้านการสร้างความแตกต่าง 3) การจำกัดขอบเขต และ 4) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว โดยประยุกต์จากแนวคิดกลยุทธ์การแข่งขันของ พอร์เตอร์ (Porter. 1985 : 11 - 15)

2.2 กลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยประยุกต์จากแนวคิดกลยุทธ์การตลาดของ คอทเลอร์ (Kotler. 1997 : 68)

2.3 ผลการดำเนินงาน ได้แก่ 1) ด้านการเงิน 2) ด้านลูกค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน และ 4) ด้านเรียนรู้และการพัฒนา โดยประยุกต์จากแนวคิดจากผลการดำเนินงานของ ของ แกลปแลนและนอร์ตัน (Kaplan And Norton. 1996 : 37-45)

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก ในจังหวัดมหาสารคาม

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยเริ่มทำการวิจัยกำหนดระยะเวลารวม 1 ปี โดยเริ่มต้นตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ. ศ. 2557 ไปจนถึงวันที่ 30 ธันวาคม พ. ศ. 2557

5. ขอบเขตด้านตัวแปร

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

5.1 ตัวแปร กลุ่มที่ 1

5.1.1 กลยุทธ์การแข่งขัน ประกอบด้วย

- 1) ด้านการลดต้นทุน
- 2) ด้านการสร้างความแตกต่าง
- 3) ด้านการจำกัดขอบเขต
- 4) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว

5.2 ตัวแปร กลุ่มที่ 2

5.2.1 กลยุทธ์ทางการตลาด ประกอบด้วย

- 1) ด้านผลิตภัณฑ์

- 2) ด้านราคา
- 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด

5.3 ตัวแปร กลุ่มที่ 3

5.3.1 ผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย

- 1) ด้านการเงิน
- 2) ด้านลูกค้า
- 3) ด้านกระบวนการภายใน
- 4) ด้านเรียนรู้และการพัฒนา

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจความหมายของคำศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ให้คำนิยามศัพท์เฉพาะไว้ ดังนี้

กลยุทธ์การแข่งขัน หมายถึง ความสามารถเฉพาะตัวและความถนัดที่มีอยู่ในตัวผู้จัดการ ผู้นำหรือผู้ทำหน้าที่บริหารมาปรับใช้ในกระบวนการบริหารองค์กรเพื่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่งที่สามารถสร้างกำไรทางธุรกิจ มีรายละเอียด ดังนี้

1. ด้านการลดต้นทุน หมายถึง ธุรกิจห้องพักมีการพยายามจัดการลดต้นทุนในทุกด้าน ต้องควบคุมต้นทุนอย่างเคร่งครัด ใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ราคาถูกแต่มีคุณภาพ และใช้ทรัพยากรอย่างจำกัด คุ่มค่า และเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เป็นอยู่ในปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

2. ด้านการสร้างความแตกต่าง หมายถึง ธุรกิจห้องพักต้องมีการสร้างความแตกต่างในด้าน คุณภาพ การให้บริการ ราคาเช่าห้องพัก การใช้เฟอร์นิเจอร์ตกแต่งห้องพักและความแตกต่างในการตกแต่งสถานที่ภายในบริเวณห้องพักให้เป็นระเบียบ สวยงาม ถูกสุขลักษณะ

3. ด้านการจำกัดขอบเขต หมายถึง ธุรกิจห้องพักมีการแยกห้องพัก โดยแยกเป็นห้องพักชายและห้องพักหญิงและให้บริการเฉพาะกลุ่ม โดยคำนึงถึงความสามารถทางการเงินของลูกค้า และความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก นอกจากนี้ สถานที่ตั้งของห้องพักยังมีความสะดวกในการเดินทาง

4. ด้านการตอบสนองที่รวดเร็ว หมายถึง การเสนอรูปแบบบริการใหม่อย่างรวดเร็ว และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า เช่น การทำสัญญาเช่าพักมีความสะดวก รวดเร็ว มีการให้ความช่วยเหลือ เช่น ไฟดับ และการตอบสนองอย่างรวดเร็วในด้านการบริการตามความต้องการของลูกค้า

กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง เทคนิคและวิธีการทางการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ให้บรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดและเพื่อสร้างผลกำไรและมีการเจริญเติบโตตามเป้าหมาย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะของห้องพัก ในแต่ละห้องพัก ที่ผู้ให้บริการเข้าไปใช้บริการ มีการตกแต่งห้องพักที่ความเหมาะสมและเป็นสัดส่วนของห้องพัก มีเฟอร์นิเจอร์และเครื่องอำนวยความสะดวกครบครัด เช่น ตู้ โต๊ะ เก้าอี้ ที่นอน หมอน แอร์ มีร้านให้บริการต่าง ๆ ภายในที่ห้องพัก เช่น ซักรีด ร้านอาหาร อินเทอร์เน็ต เครื่องซักผ้าอัตโนมัติ ร้านทำผม มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา

2. ด้านราคา หมายถึง ค่าบริการที่ผู้เข้ารับบริการห้องพักต้องชำระเป็นรายวันหรือรายเดือน โดยจะต้องรวมถึงระดับราคา ส่วนลด เงินช่วยเหลือหรือเงื่อนไขการชำระเงิน สินเชื่อทางการค้า เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าโทรศัพท์ หรือเงินประกันห้องพักและค่านัดจำก่อนเช่า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง สถานที่ตั้ง ใกล้มหาวิทยาลัยห้องพักใกล้ตลาดหรือศูนย์การค้าและใกล้ที่ทำงานความสะดวกของสถานที่จอดรถและมีรถโดยสารผ่าน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง วิธีการที่หลากหลายของการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการกับผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่วี ตู้เย็น การโฆษณา กิจกรรมการขายโดยบุคคล หรือการส่งเสริมการขายรูปแบบอื่น ๆ ทั้งทางตรงสู่สาธารณะและทางอ้อม โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น วิทยุ ป้ายโฆษณาและแผ่นพับ การได้รับการแนะนำจากคนรู้จัก เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน หมายถึง สิ่งที่สามารถบ่งบอกได้ถึงความสำเร็จขององค์กร โดยการอาศัยการผสมผสานและความสามารถในทุก ๆ ด้าน อย่างเป็นระบบ ซึ่งจะประกอบไปด้วยมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่ ผลการดำเนินงาน ทางด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านเรียนรู้และการพัฒนา ดังต่อไปนี้

1. ด้านการเงิน หมายถึง การวัดผลการปฏิบัติงานของกิจการที่แสวงหาผลกำไร และเป็นตัวบ่งชี้ว่า ธุรกิจประสบผลสำเร็จหรือไม่ เช่น ธุรกิจสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ในการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีผลตอบแทนจากการลงทุนเป็นที่น่าพอใจ

2. ด้านลูกค้า หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น การให้บริการลูกค้าโดยมุ่งเน้นสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า บริการแก่ลูกค้าทุกคนโดยไม่มีการแบ่งแยกหรือกีดกัน นำคำแนะนำติชมของลูกค้ามาเพื่อวิเคราะห์และปรับปรุงทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และมีการคิดค้นเทคนิคหรือ

วิธีการในการแสวงหากู้รายใหม่และไม่ละเลยต่อกู้รายเดิมอยู่อย่างต่อเนื่องและมีบุคลากร
อำนวยความสะดวกในการซ่อม แก้ไข อุปกรณ์ต่าง ๆ

3. ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง การให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาภายใน
เพื่อพัฒนาปรับปรุงประสิทธิภาพและคุณภาพในการทำงาน เช่น การดำเนินงานที่เหมาะสมเพื่อ
นำเสนอในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ มีกฎระเบียบของห้องพักที่เหมาะสม มีการรักษาความปลอดภัยที่
เข้มงวดต้องมีการแลกบัตรสำหรับบุคคลภายนอกในการเข้าห้องพัก และมีการจัดลำดับก่อนหลังใน
การมาติดต่อขอใช้บริการหรืออำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ

4. ด้านเรียนรู้และการพัฒนา หมายถึง ผลการดำเนินธุรกิจหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ
การเรียนรู้และพัฒนาของธุรกิจ เช่น ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานอย่างสม่ำเสมอ เปลี่ยนแปลง
กระบวนการบริการให้มีลักษณะรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า การพัฒนา
อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ ๆ เก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อ
ศึกษาปัญหา และการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อการปรับวิธีการดำเนินธุรกิจ ให้ทันสมัยสามารถสร้าง
ความได้เปรียบให้กับคู่แข่ง

ห้องพัก หมายถึง ที่พักนักศึกษาที่จะทะเบียนลูกต้องตามพระราชบัญญัติหอพัก พ.ศ. 2507
มีการจัดห้องน้ำห้องส้วมห้องนอน อุปกรณ์ในการนอนเพื่อรับผู้พักที่เป็นนักเรียน นักศึกษา และผู้ที่
มีอาชีพต่าง ๆ ที่มีจำนวนตั้งแต่ 5 คนเป็นต้นไป ทั้งนี้เพื่อเจตนาที่จะรับค่าตอบแทนจากผู้เช่าห้องพัก
นั้น

ผู้ประกอบการธุรกิจหอพัก หมายถึง เจ้าของห้องพักที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานพัฒนา
สังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดมหาสารคาม หรือผู้จัดการที่ได้รับมอบหมายและอำนาจ
หน้าที่ในการบริหารจัดการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของผู้ประกอบการในการสร้างห้องพัก
และเป็นแนวทางในการปรับปรุงห้องพักให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
2. เพื่อให้ผู้ประกอบการนำผลการดำเนินงานมาปรับเป็นกลยุทธ์ของตนเองให้มี
ประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อเป็นแนวทางในการให้ผู้ประกอบการธุรกิจหอพักนำแนวคิดที่ได้ไปสร้าง
ศักยภาพการแข่งขันในอนาคตต่อไป

4. เพื่อเป็นสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร องค์กรรัฐและเอกชน ไว้เป็นฐานข้อมูลในการกำหนดแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจหอพักและสารสนเทศสำหรับนักวิชาการสำหรับการสืบค้นและต่อยอดการวิจัยที่สมบูรณ์ขึ้น



มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
RAJABHAT MAHASARAKHAM UNIVERSITY