

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาถึง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจเอสทีเฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยในบทนี้ได้กล่าวถึง แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

#### แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

##### ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Critical Success Factor – CSFs)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ การบริการลูกค้า ความเร็วของตลาด และนวัตกรรม ปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้จะสอดคล้องกับกลยุทธ์ความแตกต่าง ตลอดจนกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า สามารถวัดค่าปัจจัยแห่งความสำเร็จได้โดยการแบ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จออกเป็นปัจจัยด้านการเงิน ด้านลูกค้า กระบวนการภายในธุรกิจ การเรียนรู้และการสร้างนวัตกรรมใหม่ และ ปัจจัยอื่นๆ เพื่อสามารถติดตามวัดผลการดำเนินงานด้านต่างๆได้

ปัจจัยด้านการเงิน ที่ใช้วัดความสำเร็จได้แก่ ผลกำไรจากการดำเนินงาน สภาพคล่องของกิจการ ทั้งด้านกระแสเงินสด ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ผลตอบแทนของสินทรัพย์ ผลตอบแทนของสินค้านักลงทุน และผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับ นอกจากนี้ยังวัดค่าจากการขายสินค้าได้ด้วย เช่น ระดับการขายในกลุ่มของสินค้า แนวโน้มการขาย เปรอ์เซ็นต์การขายสินค้าใหม่ การขายสินค้าตามฤดูกาล สุดท้ายคือ มูลค่าตลาด หรือ ราคาตลาด

ปัจจัยด้านลูกค้า ก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้วัดถึงความสำเร็จของการดำเนินงาน สามารถวัดค่าของปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านนี้ได้โดย วัดความพึงพอใจของลูกค้า ว่ามีการตอบกลับจากลูกค้าเป็นอย่างไร หรือใช้วิธีการสำรวจลูกค้า การประเมินตัวแทนผู้จำหน่าย ทั้งด้านช่องทางจัดจำหน่าย ความครอบคลุมในพื้นที่ขาย จุดแข็งของตัวแทนจำหน่าย และ ความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่าย ความรวดเร็วและถูกต้องในการส่งสินค้า คุณภาพของสินค้า ค่าใช้จ่ายในการรับประกันสินค้า ความสามารถด้านการตลาดและการขาย โดยวัดจากแนวโน้มของยอดขาย กิจกรรมสำรวจตลาด และการฝึกอบรมพนักงานขาย

ปัจจัยด้านกระบวนการภายในธุรกิจ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ใช้วัดความสำเร็จของธุรกิจ เพราะหากระบบการบริหาร และการดำเนินงานด้านต่างๆไม่มีประสิทธิภาพแล้ว ถึงแม้จะมียอดขายสูง ก็อาจไม่ได้รับผลตอบแทนอย่างที่ควรเป็น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องวัดคุณภาพของธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพสินค้า ว่ามีจำนวนของเสียอยู่ในระดับที่ควบคุมหรือไม่ มีค่าใช้จ่ายในการ

รับประกัน มีการผลิตซ่อมแซมสินค้า หรือ ซดเซยให้ลูกค้ามากน้อยเพียงใด ประสิทธิภาพในการผลิตสินค้า ทั้งการใช้วัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร การบริหารเวลาในการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ในการผลิต ความปลอดภัยในการทำงาน พิจารณาวามีจำนวนครั้งของการเกิดอุบัติเหตุสูงหรือไม่ และมีผลกระทบต่อแรงงานระดับใด และสุดท้ายมีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงแก้ไขการผลิตหรือไม่

การเรียนรู้และการสร้างนวัตกรรมใหม่ ถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้กิจการมีการเติบโตอย่างยั่งยืน สามารถวัดค่าความสำเร็จได้จากการสร้างนวัตกรรมสินค้าของกิจการ ทั้งจากจำนวนของสินค้าใหม่ หรือ การพัฒนาสินค้าเดิม ตลอดจนความรวดเร็วในการสร้างสินค้าใหม่ ทักษะและการพัฒนาทักษะของผู้วิจัย ขวัญกำลังใจของลูกจ้างจากอัตราผลตอบแทน การสำรวจความพอใจ และจำนวนการร้องเรียน สุดท้ายคือการวัดความรู้ความสามารถของพนักงาน จากการฝึกอบรม ประสิทธิภาพ และการวัดผลการปฏิบัติงาน

นอกจากปัจจัยด้านต่างๆที่กล่าวมาข้างต้นแล้วปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น ความสัมพันธ์กับรัฐบาล การให้บริการของภาครัฐ การสื่อสาร ก็ล้วนแต่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจเช่นกัน (นภาพร ณ เชียงใหม่, 2548 : 50 อ้างถึง Edward J. Blocher, 2005)

#### การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรค (SWOT Analysis)

SWOT Analysis คือ กระบวนการที่เป็นระบบสำหรับการจัดประเภทปัจจัยแห่งความสำเร็จขององค์กรและมองถึงโอกาสและอุปสรรคจากภายนอกองค์กร การวิเคราะห์ SWOT ทีมผู้บริหารอาจมีทัศนคติที่แตกต่างกัน จึงต้องบริหารการได้มาของความเข้าใจที่ดีกว่า และความเห็นที่สอดคล้อง หรือ แตกต่างกันของคณะผู้บริหารจัดการ ในการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ นั้นสามารถส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจได้ (นภาพร ณ เชียงใหม่, 2548 : 54)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (วิเคราะห์โอกาสและภัยคุกคาม - External Environment Analysis) โดยทั่วไปหน่วยธุรกิจ (Business unit) ต้องดูแลปัจจัยสภาพแวดล้อมระดับมหภาค (Key Macro environment Forces) ด้านประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมือง กฎหมาย และวัฒนธรรม รวมทั้งปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านจุลภาค (Significant Microenvironment Forces) ด้านลูกค้า คู่แข่ง ผู้จัดจำหน่ายและผู้ขาย ซึ่งล้วนแต่มีผลต่อความสามารถของบริษัทที่จะเพิ่มกำไร ดังนั้นควรตั้งระบบข่าวกรองทางการตลาดเพื่อสืบหาแนวโน้มและพัฒนาการที่สำคัญเพื่อสามารถระบุโอกาสและภัยคุกคามที่เกี่ยวข้องได้

จุดมุ่งหมายหลักของการประเมินสภาพแวดล้อม (Environmental Scanning) คือการพิจารณาโอกาสใหม่ๆทางการตลาด (Marketing Opportunity) หรือ ขอบเขตของความต้องการของผู้ซื้อ ที่บริษัทสามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ โอกาสต่างๆสามารถเกิดขึ้นในหลายรูปแบบและ

ผู้ทำการตลาดต้องมีความชำนาญที่จะมองเห็น แต่เหตุการณ์บางอย่างก็เป็นภัยคุกคาม (Environmental Threat) เป็นความท้าทายที่ไม่เอื้ออำนวยหรือนำไปสู่ความเสียหายในการขายและทำกำไรถ้าไม่มีมาตรการป้องกันทางการตลาด จึงจำเป็นต้องเตรียมแผนการตามสถานการณ์ที่สามารถเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงได้ทั้งก่อนและหลังการคุกคาม และ ต้องมีการควบคุมดูแลอย่างระมัดระวังเพื่อป้องกันความร้ายแรงที่อาจเกิดขึ้น

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน - Internal Environment Analysis) เป็นหนทางค้นหาความดึงดูดใจ (Attractiveness) และความได้เปรียบจากโอกาส โดยธุรกิจไม่จำเป็นต้องแก้จุดอ่อนทั้งหมด และ ไม่ต้องพัฒนาจุดแข็งอย่างเต็มที่ทุกอย่าง แต่ต้องจำกัดตัวเองอยู่ที่โอกาสที่มีจุดแข็ง หรือ พิจารณาโอกาสที่ดีกว่า โดยพัฒนาจุดแข็งเฉพาะอย่างขึ้น (อดิลลา พงศ์ยี่หล้า , 2546 , : 135 – 138 อ้างถึง Philip Kotler)

จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจสามารถจัดประเภทได้จากการพิจารณาทรัพยากรภายในได้ 6 ประเภท คือ สายผลิตภัณฑ์ (การมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ความสำคัญและการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง) การบริหารจัดการ (ประสบการณ์และระดับความสามารถ) การวิจัยและพัฒนา (ความก้าวหน้าเทียบกับคู่แข่ง ภาวลักษณะของสินค้าและบริการ) การผลิต (การแข่งขัน ความยืดหยุ่น การเพิ่มผลผลิตและประสิทธิภาพการผลิต) การตลาด (ประสิทธิภาพการตลาด การเข้าสู่ตลาด การขาย การโฆษณา) และ การวางแผนกลยุทธ์ (การให้คำจำกัดความที่ชัดเจน การติดต่อสื่อสาร การประมวลผล ประสิทธิภาพการดำเนินงานเข้ากับแผนกลยุทธ์ของบริษัท) (นภาพร ณ เชียงใหม่, 2548 :55)

### นิยามศัพท์

**ปัจจัยความสำเร็จ** หมายถึง ปัจจัยที่ผลลัพธ์จะส่งผลให้ ธุรกิจเกสต์เฮาส์ มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจได้อย่างเหมาะสม โดยดูจากองค์ประกอบความสำเร็จ 5 ด้าน คือ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และนวัตกรรม ด้านการเงิน และด้านอื่นๆ (นภาพร ณ เชียงใหม่, 2548: 82-83)

**ธุรกิจเกสต์เฮาส์** หมายถึง ห้องพักหรือสถานที่พักแรมแบบประหยัด ที่สร้างเป็นอาคารไม้ หรือคอนกรีต สามารถพักอาศัยได้ทั้งชายและหญิง ชื่อสถานที่ มีคำว่า “เกสต์เฮาส์”, “เฮาส์”, หรือ “โฮม” และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดประเภทเป็น เกสต์เฮาส์ ตามเอกสารเผยแพร่ “รายชื่อที่พักในจังหวัดเชียงใหม่” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

### บททวนวรรณกรรม

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษา ค้นคว้าจากบทความเอกสาร งานวิจัยต่างๆ ดังนี้  
 วิไลพร รังษิวงศ์ (2533) ได้ศึกษาเรื่อง ศึกษาลักษณะและที่ตั้งที่ตั้งสัมพันธของเกสต์เฮาส์  
 ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะ แหล่งที่ตั้ง และเปรียบเทียบที่ตั้งสัมพันธ  
 ของเกสต์เฮาส์กับสภาพภูมิศาสตร์ ในบริเวณใกล้เคียงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจำแนกลักษณะ  
 ของเกสต์เฮาส์ทั้งหมด หาค่าดัชนีการกระจายของแหล่งที่ตั้งเกสต์เฮาส์และวิเคราะห์ที่ตั้งสัมพันธ  
 ของเกสต์เฮาส์ กับศูนย์กลางธุรกิจหลัก ศูนย์กลางธุรกิจรอง ย่านการค้าปลีก และพื้นที่เสื่อมสภาพ  
 ผลจากการศึกษาพบว่า

ลักษณะของเกสต์เฮาส์ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีลักษณะ เป็นตึกแถว สภาพ  
 ปานกลางของเก่า รongลงมา ได้แก่อาคารบ้านเดี่ยวสภาพเก่า และอาคาร ขนาดใหญ่ ชั้นล่างใช้  
 ประกอบธุรกิจและเป็นที่อยู่อาศัย ของเจ้าของกิจการ การประกอบธุรกิจร่วมส่วนใหญ่มุ่งบริการ แก่  
 นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ยกเว้นเกสต์เฮาส์ที่ตั้งอยู่บริเวณ ที่เหมาะสมแก่การประกอบธุรกิจอื่นเท่านั้นที่  
 มุ่ง ทั้งเพื่อบริการ แก่นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไป แหล่งที่ตั้งเกสต์เฮาส์ในเขต กรุงเทพมหานคร  
 วัดค่าดัชนีการกระจายได้เท่ากับ 0.0032 ซึ่งตั้งเกาะกลุ่มกันมากอยู่ทางซีกตะวันตกและ ตะวันตก  
 เฉียงใต้ของศูนย์กลางธุรกิจหลัก (ประตูน้ำ) อยู่ในย่านศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและศูนย์กลางธุรกิจ  
 เดิม (เกาะกรุงรัตนโกสินทร์) ที่ตั้งสัมพันธของเกสต์เฮาส์ กับสภาพภูมิศาสตร์ในบริเวณใกล้เคียง  
 พบว่าเกสต์เฮาส์ ตั้งอยู่ห่างจากศูนย์กลางธุรกิจหลักไม่เกิน 6 กิโลเมตร ห่างจากศูนย์กลางธุรกิจรอง  
 ไม่เกิน 2 กิโลเมตร ส่วนใหญ่ อยู่ลึกเข้าไปในซอยและตรอกที่สามารถติดต่อกับบริเวณข้างเคียงได้  
 สะดวก ห่างจากถนนสายหลักเฉลี่ยประมาณ 80.46 เมตร ซึ่งเป็นย่านที่ไม่เหมาะแก่การค้าปลีกและ  
 อยู่ในพื้นที่เสื่อมสภาพ

โกศล วัชรโรทน (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ  
 ในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทเกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์  
 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลและปัญหาที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในการเลือกใช้บริการ  
 เกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม  
 ตามเกสต์เฮาส์ 18 แห่ง รวมทั้งหมด 234 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า

เหตุผลส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภกลเลือกใช้บริการ คือ อัตราค่าห้องพักเหมาะสมและสามารถ  
 จ่ายได้ รongลงมาคือ ความสะอาด และได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือผู้อื่นที่รู้จักหรือเคยใช้บริการ  
 มาก่อน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการเกสต์เฮาส์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เรียงลำดับตามความสำคัญคือ

ด้านสถานที่ คือ ด้านความสะอาด และด้านความปลอดภัย

ด้านราคา คือ การแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน ราคาห้องพักที่แน่นอน และต่อรองราคา

ด้านการบริการ คือ ด้านความสุภาพและมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของพนักงาน และด้านการสนองตอบความต้องการของลูกค้า

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ การให้บริการตู้รับรถ และการให้บริการห้องอาหาร

ด้านสัญลักษณ์ คือ ชื่อเสียงของเกสต์เฮาส์ และการเปิดให้บริการมานาน

ด้านวัสดุสื่อสาร คือ การแนะนำโดยหนังสือท่องเที่ยว และคำบอกเล่าปากต่อปาก

ปัญหาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบในระหว่างพักแรมที่พบบมากที่สุด จำแนกตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดคือ

ด้านสถานที่ คือ ปัญหาเสียงดังรบกวน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ไม่มีกระดาษชำระไว้บริการในห้องน้ำ

ด้านราคา คือ การโกงค่าบริการต่างๆ

ด้านการบริการ คือ ห้องอาหารบริการไม่ดี

ด้านวัสดุสื่อสาร คือ คนขับรถแท็กซี่หรือตุ๊กๆ สร้างความรำคาญเมื่อมาถึงสนามบิน สถานีรถไฟ หรือสถานีขนส่ง

ด้านสัญลักษณ์ คือ คนขับรถแท็กซี่หรือตุ๊กๆ พยายามชักชวนให้ไปพักเกสต์เฮาส์หรือโรงแรมอื่น โดยพูดถึงเกสต์เฮาส์ในทางที่เสียหาย

กนกพร สิริโรจน์ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่พักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ : กรณีศึกษา สถานที่พักแรม ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่พักแรมที่ถนนข้าวสาร และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการบริการสถานที่พักแรมที่ถนนข้าวสาร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 384 คน จากการศึกษาพบว่า

กระบวนการตัดสินใจเลือกสถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมี 2 รูปแบบ คือ แบบที่ 1 นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกสถานที่พักแรมก่อนการเดินทางมาถึงกรุงเทพฯ โดยหาข้อมูลจากหนังสือท่องเที่ยว เพื่อนหรือคนใกล้ชิดรู้จัก แบบที่ 2 นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกสถานที่พักแรม หลังจากเดินทางมาถึงกรุงเทพฯ เพราะถึงแม้ว่า จะได้รับข้อมูลข่าวสารมาก่อนแล้ว แต่ยังไม่มีการประสบการณ์ในการพักแรมที่ถนนข้าวสาร จึงตัดสินใจหลังจากที่ได้สำรวจด้วยตัวเองแล้ว

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ต่อการบริการสถานที่พักผ่อนที่ถนนข้าวสาร พบว่า มีความพึงพอใจรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับปัญหาที่พบมากที่สุดคือ มลพิษทางอากาศและเสียง ส่วนปัญหาที่อยากให้มีแก้ไขมากที่สุดคือ ปัญหาการจราจรและทางเดินเท้าเพื่อความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ศุวิดา ส่งเจิม (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าพักเกสต์เฮาส์ย่านถนนสุขุมวิทของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมุ่งศึกษาถึง ลักษณะประชากรศาสตร์ วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวทัศนคติต่อการเข้าพักเกสต์เฮาส์ และพฤติกรรมการเข้าพักเกสต์เฮาส์ย่านถนนสุขุมวิทของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 128 คน ผลการศึกษาพบว่า

#### ลักษณะประชากรศาสตร์

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าพักเกสต์เฮาส์เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุประมาณ 41 ปี ส่วนใหญ่เป็นคนสัญชาติอเมริกัน รองลงมาคือ อังกฤษ และออสเตรเลีย ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และธุรกิจส่วนตัว ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อปีมากกว่า US \$50,000

#### วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยว/พักผ่อน เยี่ยมญาติ/เพื่อน ติดต่อธุรกิจ ประชุม/สัมมนา และศึกษาวัฒนธรรมไทย ตามลำดับ และสิ่งที่สนใจในการท่องเที่ยว/พักผ่อนมากที่สุด คือ ทะเล/หาดทราย น้ำตก สถานบันเทิง ศิลปะ และวัฒนธรรม ตามลำดับ

#### ทัศนคติต่อการเข้าพักเกสต์เฮาส์

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ความเอาใจใส่ดูแลของพนักงาน อยู่ในระดับดีมาก การออกแบบห้องพัก ขนาดพื้นที่ ความสะอาด ความปลอดภัย และรสชาติของอาหาร อยู่ในระดับดี

ด้านราคา พบว่า ราคาห้องพัก ราคาอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับดี

ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ความสะดวกในการเดินทาง อยู่ในระดับดีมาก ความสะดวกในการจับจ่ายซื้อของ และความสงบจากบริเวณที่พัก อยู่ในระดับดี

พฤติกรรมการเข้าพักเกสต์เฮาส์ย่านถนนสุขุมวิทของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากการศึกษา พบพฤติกรรมการเข้าพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนี้

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีเพศ อาชีพ และรายได้ ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเข้าพักเกสต์เฮาส์ ด้านจำนวนคืนที่เข้าพัก จำนวนคนที่ร่วมพัก และเหตุผลที่ไม่เข้าพักที่โรงแรม

วัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมกรเข้าพักเกสต์เฮาส์ ด้านจำนวนคืนที่เข้าพัก และด้านเหตุผลที่ไม่เข้าพักที่โรงแรม

ทัศนคติการเข้าพักสถานที่พักแรม ด้านขนาดพื้นที่ห้องพัก ความปลอดภัย ระบบสาธารณูปโภค ความเอาใจใส่ของพนักงาน ราคาของอาหารและเครื่องดื่มภายใน และความสะดวกในการเดินทาง มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมกรเข้าพักเกสต์เฮาส์กับด้านจำนวนคืนที่เข้าพัก

ภาวิณี รัชฎานต์สกุล (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของธุรกิจที่พักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของเกสต์เฮาส์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ 50 แห่ง และสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ใช้บริการเกสต์เฮาส์จำนวน 100 คน ผลการศึกษาพบว่า

ด้านห้องพัก พบว่า มีความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมด 1,527 คนต่อวัน เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ 413,651 คนต่อปี จึงมีความสามารถเหลือพอในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในทุกๆ ปี

ด้านบุคลากรและการบริการ พบว่า ส่วนใหญ่มีเพียงพอในการให้บริการ แต่พบปัญหาในการจัดการบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากไม่ได้รับการอบรมในการให้บริการที่ดี ส่วนการให้บริการเสริมจะช่วยเพิ่มรายได้ของเกสต์เฮาส์ ส่วนใหญ่จะมีบริการเสริมขั้นพื้นฐาน เช่น ร้านอาหาร ซักอบรีด จัดนำเที่ยว เป็นต้น พอเพียงต่อความต้องการและสามารถรองรับผู้ที่เข้ามาใช้บริการได้อย่างดี

ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจต่อการให้บริการในระดับมาก และพอใจมากที่สุดในด้าน การให้บริการด้านอื่นๆ นอกเหนือไปจากการให้บริการที่พักแรม เช่น ร้านอาหาร ซักอบรีด และสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจพักแรมแบบเกสต์เฮาส์คือ บรรยากาศและสไตล์การตกแต่งของสถานประกอบการ ราคาถูก และได้รับคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จัก ตามลำดับ ส่วนปัญหาที่พบส่วนใหญ่คือ ความไม่สุภาพของบุคลากร กฎระเบียบของสถานประกอบการ ความสกปรก ความไม่ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน และความไม่เหมาะสมของราคา ตามลำดับ

นุกูล เครือฟูและคณะ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขนาดของอุตสาหกรรมโครงสร้างอุตสาหกรรมรูปแบบการดำเนินงาน และการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 44 แห่ง และวิเคราะห์งบการเงินของเกสต์เฮาส์ทั้งสิ้น 14 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า

อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์สร้างรายได้ให้แก่เชียงใหม่ปีหนึ่งๆ ประมาณ 760 ล้านบาท คิดเป็นมูลค่าเพิ่มประมาณ 540 ล้านบาท มีการจัดสรรมูลค่าเพิ่มระหว่างเจ้าของแรงงานและเจ้าของทุน ในอัตราส่วน 46 : 52 สำหรับแรงงานไทยจะได้รับร้อยละ 95 เจ้าของทุนคนไทย ร้อยละ 100 สำหรับส่วนที่ตกแก่รัฐมีค่อนข้างน้อยมาก เพราะส่วนใหญ่เป็นกิจการที่ไม่จดทะเบียน

อุตสาหกรรมเกสต์เฮาส์มีการแข่งขันสูง และใช้กลยุทธ์ราคาเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน ผู้ประกอบการต้องใช้แรงงานอย่างประหยัด ประมาณ 1 คนต่อ 4 ห้อง เทียบกับโรงแรมที่เท่ากับ 1 คนต่อ 1.42 ห้อง อีกทั้งยังมีการลดแลกแจกแถม เพราะเจ้าของมักมีบริการนำเที่ยวและชักริตร่วมไปด้วย และเกสต์เฮาส์ส่วนใหญ่ยังไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน เกือบทั้งหมดไม่มีใบอนุญาตให้บริการ และบางส่วนจะให้บริการเฉพาะฤดูกาลท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจะใช้ความยืดหยุ่นและความสามารถเฉพาะตัวบริการลูกค้าอย่างเป็นกันเองเพื่อเรียกลูกค้าอีกทางหนึ่ง