

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจบ้านฉันโฮมสเตย์

สถานที่ตั้ง อำเภอ เกาะคา จังหวัดลำปาง

Business Demand and Operation Business of Homestay

At Amphoe Ko Kha, Lampang

นางสาว วิไลลักษณ์ เลิศเผ่าปัญญา

บทคัดย่อ

ความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจบ้านฉันโฮมสเตย์ สถานที่ตั้ง อำเภอ เกาะคา จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นการศึกษา 1)ความต้องการและพฤติกรรมของตลาด 2)การดำเนินธุรกิจ 3)การวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี 4)เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ และผู้ประกอบการ หรือศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของธุรกิจ

ผลการวิจัย 1)ตลาดมีความต้องการในส่วนของที่พักแบบโฮมสเตย์ 2) การดำเนินงานของธุรกิจในด้านพฤติกรรมองค์กร ได้แก่ การบริหารบุคลากรและโครงสร้างองค์การเป็นเจ้าของเพียงคนเดียว ด้านการเงินธุรกิจ ได้แก่ การเงินซึ่งจะลงทุนโดยใช้งบประมาณไม่เกิน 500,000 บาทโดยมีจุดคุ้มทุนใช้ระยะเวลา 4 เดือนกับอีก 27 วัน ด้านการปฏิบัติงานโดยการสรรหาบุคคลที่มีความรู้ความชำนาญในพื้นที่ 3) การจัดการเชิงกลยุทธ์ ได้แก่กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ซึ่งทางโฮมสเตย์อาจจะต้องใช้ความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนในการดึงดูดลูกค้า 4) ยอดขายประมาณ 237,000 บาทต่อเดือน

คำสำคัญ: ความต้องการ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย

Abstract

Business Demand and Operation Business of Homestay

At Amphoe Ko Kha, Lampang

The research purpose and study 1) demand of market 2) business operation 3) strategic management by collecting data from target customer and entrepreneurs or executive as well as the information related to business operations and 4) Sale

Result show that 1) Market need on 2) Business operations in organizational behavior, including personnel management and organizational structure, are the only owners. Business finance is finance, which will be invested with a budget of not more than 500,000 Thai baht, with a break-even point, using a 4 month period and another 27 days of operation by recruiting people with expertise in the area. 3) Strategic management includes differentiation strategies. The homestay may need to use differentiation and identity of the community to attract customers. 4) Sale is around 237,000 Thai baht per month

Keyword: Demand and operation, Thai tourist's behavior

1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่ติดอันดับที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และพักผ่อนมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ในเอเชีย และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 4 ของโลก จากตัวเลขสถิติต่างๆ จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีอัตราการเจริญเติบโตมากขึ้นทุกปี โดยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ตัวเลขนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงถึง 38.27 ล้านคน สร้างรายได้ กว่า 2 ล้านล้านบาท และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวน 164.24 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายได้กว่า 1 พันล้านบาท (อ้างอิง:กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) ทำให้เกิดการตอบสนองของช่องทางภาครัฐ พร้อมส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้พร้อมเติบโตอย่างเชิงมีคุณภาพ

ซึ่งการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนแบบได้เรียนรู้วัฒนธรรมพร้อมกับได้สัมผัสวิถีชีวิตแบบชาวบ้าน โดยที่เจ้าของบ้านเป็นผู้เต็มใจที่จะถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ให้แกกัน และพร้อมที่จะให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาพักผ่อน มีการแบ่งอาหารพร้อมที่พักอาศัยให้แก่ผู้ที่เดินทางมาเยือน เปรียบเสมือนมาเที่ยวพักผ่อนบ้านญาติที่ต่างจังหวัด หรือมาอาศัยบ้านเพื่อน โดยคิดค่าบริการเป็นเงินจำนวนหนึ่ง ซึ่งเจ้าของบ้านจะสอนการใช้ชีวิตความเป็นอยู่พร้อมให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรมที่ดีงามในท้องถิ่น รวมถึงพาชมสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน หรือจะเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญในบริเวณโฮมสเตย์ และพานักท่องเที่ยวทำกิจกรรมต่างๆ ได้พบปะพูดคุยกับคนในชุมชน นักท่องเที่ยวก็จะได้สัมผัสการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่เรียบง่ายและไม่คุ้นเคย

จากข้อมูลด้านต้นที่กล่าวมาผู้จัดทำมีความต้องการในการดำเนินการที่จะทำธุรกิจโฮมสเตย์ ที่อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เนื่องจากมองเห็นว่ามีช่องทางในการทำธุรกิจโดยมีบ้านสวนที่มีที่ดินขนาดใหญ่ และโฮมสเตย์เป็นธุรกิจที่เริ่มต้นทำได้ง่ายแม้มีบ้าน ก็สามารถเริ่มต้นทำธุรกิจได้แล้ว นอกจากนั้นบริเวณบ้านยังมีพร้อมด้วยสวนลำไย มีการเลี้ยงเปิดและไก่ไว้บริโภค ซึ่งบ้านสามารถรองรับนักท่องเที่ยวพร้อมที่จะประกอบกิจการโฮมสเตย์ได้ และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในบริเวณใกล้เคียง ยกตัวอย่างเช่น วัดพระธาตุลำปางหลวง พิพิธภัณฑ์เซรามิคชนบท ศูนย์อนุรักษ์ช้างไทย การนั่งรถม้าชมเมืองเก่า และบ่อน้ำร้อน เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดลำปางก็จะมีจำนวนหนึ่งที่กระจายตัวอยู่ทั่วทั้งจังหวัด โดยผู้จัดทำต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการตลาดในพื้นที่ หากลูกค้าที่เข้ามาพักโฮมสเตย์ของบ้านหลังไหนเต็ม ก็สามารถส่งต่อไปบ้านหลังที่ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ เพื่อเป็นการช่วยเหลือกันและกันในธุรกิจโฮมสเตย์

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความต้องการในการเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและพฤติกรรมของตลาด

2. เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์

3. เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นระยะเวลา 5 ปี
4. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5 ปี

3.วิธีการเก็บข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลการวิจัยที่ศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.1 การเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 1) ประชากรที่ใช้วิจัย คือ ประชากรทั่วไปที่อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีทั้งสิ้น 8.281 ล้านคน 2) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่จังหวัดกรุงเทพมหานคร เป็นจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 200 คน

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บตัวอย่างคือแบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภคและการดำเนินงานธุรกิจ โฮมสเตย์ โดยผู้วิจัยได้ทำการคิดค้นและทำการตั้งแบบสอบถามขึ้นมาเอง โดยทดสอบโดยสอบถามจากรองศาสตราจารย์สมจิตร ล้วนเจริญ ซึ่งจะแบ่งแบบสอบถาม เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ เพื่อให้ทราบลักษณะทั่วไปของประชากร คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา และสถานะ ซึ่งจะถูกนำมาวิเคราะห์กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทัศนคติ พฤติกรรม และประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาดการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นคำถามเพื่อเกี่ยวกับความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาดบริการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านกระบวนการ และ ปัจจัยด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

3.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมมาได้นั้นจะนำมาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อทดสอบหาความต้องการของผู้บริโภค มีขั้นตอนดังนี้ ข้อมูลประชากรศาสตร์ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ข้อมูลทัศนคติ พฤติกรรม และประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ข้อมูลการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์โดยใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย

3.2. การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่ทำวิจัย

3.2.1 วิธีการเก็บข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจที่จะทำวิจัยนั้น ผู้ทำวิจัยได้ศึกษารายละเอียดข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การตรวจสอบข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีวิธีการเก็บข้อมูล ดังนี้

1.ศึกษาจากบทความและ Website ต่าง ๆ เช่น Website ของ Taokaemai.com สถาบันพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการ SMEs ที่มีบทความเกี่ยวกับวิธีสร้างรายได้จากการ เปลี่ยนบ้านเป็นโฮมสเตย์ สุดชิค ซึ่งสามารถหารายได้เสริมจากบ้านของเราได้

2. การเก็บข้อมูลผ่าน Website ของทาง www.homestaythai.net ซึ่งเป็นเว็บไซต์ของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งได้ให้รายละเอียดพร้อมข้อมูลการทำธุรกิจโฮมสเตย์ผ่านขั้นตอนที่ถูกต้อง และตรงตามมาตรฐานที่ทางกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดไว้ รวมทั้งมีข้อมูลโฮมสเตย์ที่มีอยู่ในประเทศไทยทั้งหมด 4 ภาคอีกด้วย และผู้ที่ต้องการทำธุรกิจโฮมสเตย์สามารถดูขั้นตอนแบบฟอร์มการลงทะเบียนใน Website ได้เลย

3. การสัมภาษณ์โดยตรงผ่านทางเจ้าของธุรกิจโฮมสเตย์ ซึ่งการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้งหมด 4 ท่านดังนี้

1. คุณ ทศพร ศรีคำชาว เจ้าของโฮมสเตย์ Sometime @Samoeng จังหวัด เชียงใหม่

2. คุณ วีรวัฒน์ แก้วกุลทล เจ้าของโฮมสเตย์ น่านวิวฟาร์มเมอร์&ลำตวนโฮมสเตย์ จังหวัด น่าน

3. คุณ นฤทธิ์ ผลพฤษา เจ้าของโฮมสเตย์ โฮมสเตย์บ้านสวนริมน้ำ จังหวัด จันทบุรี

4. คุณ เนม เจ้าของโฮมสเตย์ 88 Homestay ณ บางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

ซึ่งผู้วิจัยได้สอบถามข้อมูลในการประกอบการกับผู้ประกอบการ โดยได้สอบถามเกี่ยวกับการดำเนินงานในธุรกิจ การจัดการองค์กรในธุรกิจ กลยุทธ์ที่เป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จของทางโฮมสเตย์ หลักในการประกอบการ/การบริหารธุรกิจ/การบริหารการตลาดที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ การจัดการคู่แข่งในธุรกิจ กลุ่มเป้าหมายลูกค้าในธุรกิจ รวมถึงกลยุทธ์ทางด้านการตลาดต่าง ๆ และการวางแผนการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์

3.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล จากข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์นั้น จะนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์ได้ โดยจะทำการวิเคราะห์ส่วนที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการและพฤติกรรมองค์กร การจัดการการตลาด การจัดการการเงิน การจัดการดำเนินงาน การจัดการเชิงกลยุทธ์ และนำไปใช้ประกอบในการเปิดกิจการโฮมสเตย์กับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บตัวอย่างความต้องการในการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์

4. ผลการวิจัย

4.1 การจัดการและพฤติกรรมองค์กร

4.1.1 โครงสร้างองค์กรที่ต้องการดำเนินงานในธุรกิจโฮมสเตย์ จะแบ่งออกเป็น 4 หน่วยงานคือ ผู้จัดการทั่วไป 1 คน ฝ่ายการตลาด 1 คน ฝ่ายบัญชีการเงิน 1 คน ฝ่ายปฏิบัติการ 3 คน ได้แก่ แม่บ้าน แม่ครัว คนสวน

4.1.2 การจูงใจในการทำงานเป็นทีมใน ในการทำธุรกิจโฮมสเตย์นั้น การทำงานจะเป็นธุรกิจที่เป็นรายได้เสริมของครอบครัวซึ่งคนในครอบครัวก็ต้องช่วยกันทำงาน ซึ่งทุกคนในครอบครัวสามารถปรึกษากันได้ โดยทุกคนในครอบครัวก็พร้อมที่จะช่วยเหลือการทำงานในแต่ละฝ่าย และความสนิทชิดเชื้อก็จะทำให้การทำงานเป็นที่ราบรื่น เพราะทุกคนเต็มใจที่จะช่วยเหลืองานในครอบครัว

4.1.3 ปัญหาที่เกิดขึ้นทั่วไปใน เนื่องด้วยการทำงานในครอบครัวอาจจะทำให้เกิดการวางหน้าที่ไม่เหมาะสมกับตำแหน่ง ซึ่งแต่ละบุคคลอาจจะมีความสามารถไม่เท่ากับผู้ชำนาญการ เช่น อาจจะให้น้องสาวที่จบการตลาดมาช่วยทำบัญชี ซึ่งอาจจะไม่มีความสามารถเท่ากับนักการบัญชีที่จบมาโดยตรง หรือปัญหาการจ่ายสวัสดิการเนื่องจากธุรกิจโฮมสเตย์เป็นธุรกิจที่เป็นรายได้เสริมของผู้ที่มีบ้านพัก อาจจะทำการจ่ายเงินเดือนหรือสวัสดิการของพนักงานที่ทำงานด้วย อาจจะไม่ได้รับมากเท่ากับองค์กรหรือบริษัทที่มีขนาดใหญ่

4.1.4 วัฒนธรรมองค์กรการ ในธุรกิจโฮมสเตย์นั้น วัฒนธรรมขององค์กรจะเป็นระบบเครือข่าย ที่มีความใกล้ชิดกันซึ่งอาจจะเป็นคนในครอบครัวที่มาช่วยทำธุรกิจ หรือเป็นคนในชุมชนที่มาช่วยให้ความรู้หรือทำกิจกรรมกับนักท่องเที่ยว

4.2 การจัดการการตลาด

4.2.1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ลูกค้าเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ และชาวไทย (มาพักเป็นครอบครัวและแบบพักเดี่ยว) หรือผู้ที่ต้องการมาเรียนรู้วัฒนธรรมทางภาคเหนือ

4.2.2 ส่วนผสมทางการตลาด

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis)

S (Strength): จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

- 1.เป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านที่พักพร้อมมีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสามารถตอบโจทย์ผู้ที่มาใช้บริการได้ครบวงจร
- 2.ในส่วนของโฮมสเตย์นอกจากจะเป็นห้องพักสำหรับพักผ่อนแล้วยังแวดล้อมไปด้วยวิวธรรมชาติ มีสวนผลไม้ไว้ให้ผู้เข้าพักได้เดินชมพร้อมสามารถเก็บมารับประทานได้สด ๆ จากต้น มีกิจกรรมการเรียนรู้การเป็นเกษตรกร เลี้ยงปลา หรือสัมผัสถึงวิถีชนบทของหมู่บ้าน ที่อยู่ใกล้ ๆ โฮมสเตย์ มี Activity ที่หลากหลาย ซึ่งถ้าหากไปเข้าพักโรงแรมก็จะไม่สามารถสัมผัสและเข้าถึงธรรมชาติแบบนี้ได้
- 3.เป็นธุรกิจที่นำวัสดุที่เป็นมิตรกับธรรมชาติมาใช้ในกิจการ การปลูกสร้างรวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในห้องก็เป็นสิ่งที่ทำมาจากธรรมชาติ ทุกอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ไม่สร้างมลภาวะต่อโลก ทำให้ผู้ที่มาใช้บริการรู้สึกถึงธรรมชาติและปลอดภัยจากสารพิษ

W (Weakness): จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ

- 1.เนื่องด้วยเป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านโฮมสเตย์เป็นการพักผ่อนแบบเรียบง่าย สัมผัสถึงวิถีชีวิตชุมชนและชาวบ้านใกล้ชิดธรรมชาติ ก็จะไม่ได้รับการบริการที่สะดวกสบายมากนัก ไม่มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริการ
- 2.ธุรกิจโฮมสเตย์เป็นสถานที่ให้พักผ่อนขนาดเล็ก เป็นกิจการขนาดเล็ก มีจำนวนห้องพักแค่ไม่กี่หลัง และด้านบุคลากรก็จะมีจำนวนไม่มาก ซึ่งถ้าหากเป็นหน้าเทศกาล หรือหน้า High Season ห้องพักและพนักงานก็อาจจะมีจำนวนไม่เพียงพอต่อผู้มาใช้บริการ

O (Opportunity): โอกาสที่จะสามารถดำเนินการได้

- 1.ธุรกิจการท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการ

โปรโมทประชาสัมพันธ์ กระตุ้นให้คนในประเทศเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

2. มีชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยติดอันดับต้นๆของโลก ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะตลาดจีน ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และประเทศไทยมีค่าครองชีพที่ไม่แพง อาหารไทยถูกและอร่อย มีอาหารให้เลือกรับประทานหลากหลาย

3. เป็นธุรกิจที่ให้บริการที่แตกต่างจากผู้อื่น เน้นการเข้าพักผ่อนแบบเรียบง่าย ได้เรียนรู้วิถีชีวิตแบบชนบท เรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน มีกิจกรรมที่สามารถเรียนรู้วัฒนธรรมไทย รวมถึงประเพณีต่างๆ

T (Targeting): ความเสี่ยง, ภัยคุกคาม, ข้อจำกัด หรืออุปสรรคต่าง ๆ ที่มีต่อการดำเนินการ

1. เนื่องจากธุรกิจประเภทท่องเที่ยว จะเน้นไปทางด้านบริการ ซึ่งถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารที่ไม่ดีหรือสื่อต่างประเทศได้นำเสนอข่าวที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของไทย เช่น การก่ออาชญากรรม การก่อการร้าย ปัญหาความไม่เข้าใจและการขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว ปัญหาการเมือง เป็นต้น ก็จะส่งผลให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการน้อยลง

2. ภัยพิบัติธรรมชาติ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็น พายุมรสุม อุทกภัยน้ำท่วม เมื่อเกิดภัยธรรมชาติขึ้น การเดินทางท่องเที่ยวก็จะมีผู้ใช้บริการลดลง เนื่องด้วยการเดินทางสัญจรและการคมนาคมเป็นไปได้อย่างลำบาก

3. ธุรกิจการท่องเที่ยวจะเป็นไปตามฤดูกาล ช่วง High Season จะอยู่ประมาณเดือนธันวาคม ถึง เดือนพฤษภาคม เป็นระยะเวลาประมาณ 6 เดือน ซึ่งรายได้จะสูงเพราะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก แต่เมื่อถึงช่วง Low Season รายได้ก็จะไม่แน่นอน เพราะผู้เดินทางท่องเที่ยวก็จะลดน้อยลง

4.2.3 กลยุทธ์ทางการตลาด

1. ใช้ Social Media ในการโปรโมทโฮมสเตย์ โดยการลงรูปพร้อมอาหาร และสถานที่บรรยากาศ

โดยมีเพจใน Facebook เป็นสื่อในการโฆษณา หรืออาจจะเปิดช่อง YouTube Instagram เพื่อลงรูปบรรยากาศสวยๆ และวิดีโอในการทำกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในโฮมสเตย์

2. ใช้ลูกค้าเก่าที่เคยมาพักเพื่อเป็นกระบอกเสียงในการกระจายแหล่งข่าว เช่น จัดโปรโมชั่นลดราคาให้กับลูกค้าที่เดินทางเข้ามาพัก 10 % หากลงรูปภายในโฮมสเตย์และแชร์ลงบน Social Media ต่างๆ

4.3 การจัดการการเงิน

1) แหล่งเงินทุน ในการลงทุนเพื่อดำเนินงานธุรกิจโฮมสเตย์ บ้านฉิม อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จะใช้เงินลงทุน 800,000 บาท โดยเป็นเงินส่วนตัวของผู้วิจัย

2) ในการประมาณการลงทุนก่อสร้างสินทรัพย์ รายละเอียดการประมาณการลงทุนของสินทรัพย์นั้น ในช่วงดำเนินการเปิดกิจการ จะมีรายการที่ต้องใช้งบประมาณทั้งสิ้น 490,000 บาท

3) ประมาณการค่าใช้จ่ายต่อเดือนอยู่ที่ 137,000 บาท

4) จุดคุ้มทุน อยู่ที่ 4.9 เดือน หรือประมาณ 4 เดือน 27 วัน

4.4 การจัดการการดำเนินงาน

4.4.1 การวางแผนโฮมสเตย์ซึ่งเจ้าของบ้านจะต้องแบ่งสัดส่วนพื้นที่ของลูกค้าย่างชัดเจน

และในส่วนของกิจกรรมก็มีจัดแบ่งไว้ให้ลูกค้าที่จะมาใช้บริการไว้เป็นหมวดหมู่ รวมถึงมีแผนที่ในชุมชนไว้ให้นักท่องเที่ยวทราบด้วย

4.4.2 การใช้ทรัพยากร มีที่พักที่สะอาด และปลอดภัย พร้อมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานให้กับผู้เดินทางมาเข้าพัก เช่น ที่นอน เตียงนอน และหมอน อาหารต้องทำถูกคุณลักษณะ มีห้องน้ำที่สะอาด

มีน้ำประปาหรือแหล่งน้ำสะอาดจากบริเวณใกล้เคียง ในด้านบุคลากรมีบุคลากรที่เชี่ยวชาญทางด้านภาษา เพื่อเตรียมต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และมีทักษะด้านกิจกรรมต่างๆ รวมถึงสามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมของชุมชนได้

4.4.3 การดูแลคุณภาพ การดำเนินการของโฮมสเตย์นั้นจะต้องดำเนินการรอบรอบด้วยชีวิตคุณภาพ มาตรฐานการจัดการ Home Stay ที่ทางกรมการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดไว้

4.5 การจัดการเชิงกลยุทธ์

4.5.1 รูปแบบการขยายตัว เนื่องจากโฮมสเตย์ที่จะดำเนินธุรกิจนั้น เป็นธุรกิจที่ให้บริการห้องพัก และจังหวัดลำปางยังเป็นเมืองรอง ซึ่งจากข่าวกระทรวงการคลัง เตรียมออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ เพื่อนำเสนอต่อคณะรัฐมนตรี (ครม.) ให้พิจารณา ในช่วงต้นเดือน พ.ค. 2562 นี้ โดยหนึ่งในมาตรการคือ อนุมัติวงเงินประมาณ 15,000 ล้านบาท ส่งเสริมและกระตุ้นการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจภาพรวม ซึ่งจะแจกเงินให้ประชาชนที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป คนละ 1,500 บาท นำไปใช้จ่าย ซื้อสินค้าและจ่ายค่าบริการ การท่องเที่ยวเมืองรอง ผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เพย์เมนต์ นอกจากนั้น ยังอาจจะมีมาตรการด้านภาษี ลดหย่อนภาษีและคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอีกด้วย

4.5.2 รูปแบบในการแข่งขัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างเม็ดเงินให้กับประเทศไทย ใน การที่จะแข่งขันกับโรงแรม หรือรีสอร์ทต่างๆได้นั้น โฮมสเตย์จะต้องมีความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ เพราะนอกจากต้องแข่งกับโรงแรมหรือรีสอร์ทแล้วยังต้องทำการแข่งขันกับทางโฮมสเตย์ที่มีอยู่ในแต่ละภาค

4.5.3 การวางแผนกลยุทธ์ กลยุทธ์ที่จะนำมาใช้กับธุรกิจโฮมสเตย์นั้น ทางโฮมสเตย์จะต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มาเข้าพัก ซึ่งราคาก็จะต้องไม่แพงเกินไป รวมทั้งมีบริการที่ดี มีกิจกรรมที่สามารถให้นักท่องเที่ยวหรือผู้เข้ามาพักเลือกทำได้หลากหลาย รวมถึงอาหารที่ต้องสดใหม่และวัตถุดิบต้องมาจากธรรมชาติในชุมชนก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และสิ่งที่สำคัญคือห้องพักต้องสะอาด เพื่อที่ลูกค้าเข้ามาใช้บริการเมื่อเกิดความพอใจแล้วก็จะทำให้รู้สึกอยากกลับมาใช้บริการและบอกต่อกันนั่นเอง

5.สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จากการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า สามารถแบ่งได้เป็นเพศชายร้อยละ 18.50 และเพศหญิงร้อยละ 81.50 ประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีอายุ 36-45 ปี รองลงมา 26-35 ปี อยู่สถานภาพโสดร้อยละ 62.10 มีระดับการศึกษาสูงสุดหรือกำลังศึกษาอยู่ คือปริญญาตรีหรือเทียบเท่าร้อยละ 68.50 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 59.50 และมีรายได้ประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ระหว่าง รายได้ต่ำกว่า 25,000 บาทมากที่สุด

5.1.2 ข้อมูลทัศนคติ พฤติกรรม และประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ 3-4 คน ร้อยละ 45.7 ระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย ได้แก่ 1-2 วัน ร้อยละ 82.8 ค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พัก ประเภทโฮมสเตย์โดยเฉลี่ยต่อ 1 คืน โดยประมาณ คือ 501-1,000 บาท ร้อยละ 51.7 ผู้ที่ร่วมเข้าพักโฮมสเตย์ของกลุ่มส่วนใหญ่ คือ ครอบครัว ร้อยละ 48.7 ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ ได้แก่ เพื่อน ร้อยละ 33.2 สถานที่ที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ ได้แก่ ภาคกลาง ร้อยละ 46.1 เหตุผลในการเลือกเข้าพักประเภทโฮมสเตย์ คือ ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ร้อยละ 49.1

5.1.3 ข้อมูลด้านส่วนประสมทางการตลาดการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วยเหตุผลที่เลือกเข้าพักประเภทโฮมสเตย์ โดยเลือกเข้าพักเพราะที่พักประเภทโฮมสเตย์มีกิจกรรมให้เข้าร่วมหลากหลาย เป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาใกล้แหล่งท่องเที่ยว ชุมชน และสถานที่สำคัญ

2) ด้านราคา (Price) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วยผู้ที่มีความต้องการเข้าพักใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ประเภทห้อง และราคาห้องพักต่อคน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามต้องการเลือกเข้าพักใช้บริการห้องพักรวม แบบมีแอร์ ราคาต่อคน 500 บาท รองลงมาเป็นห้องเดี่ยว แบบมีแอร์ ราคาต่อคน 700 บาท และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามประกอบไปด้วยผู้ที่นิยมเลือกใช้บริการโฮมสเตย์แบบที่คิดราคาอาหารเช้าและเย็นรวมในห้องพักแล้ว เป็นจำนวนมากที่สุด 196 คน รองลงมาคือ คิดเพิ่มจากราคาห้องพัก เป็นราคาต่อคน คนละ 300 บาท

3) ด้านสถานที่ (Place) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามนิยมเลือกเข้าพักโฮมสเตย์โดยให้ความสนใจเรื่องการเดินทางสะดวกและตัวเมืองมากที่สุด รองลงมา คือ สนใจหากมีกิจกรรมหลากหลายและใกล้แหล่งสถานที่ท่องเที่ยว

4) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์จากโปรโมชั่นที่จูงใจ โดยการได้รับส่วนลดห้องพัก 10% เมื่อ Check in และโพสต์รูปลง Social Media จูงใจมากที่สุด รองลงมาคือเข้าพักครั้งแรกได้รับส่วนลดพิเศษ 10 %

5) ด้านบุคลากร (People) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์เนื่องจากชื่นชอบรูปแบบการบริการแบบพนักงานให้บริการด้วยความเป็นกันเอง และเป็นมิตร ยิ้มแย้ม แจ่มใสมากที่สุดรองลงมาคือพนักงานเป็นคนในชุมชน ที่มีความรู้ และชำนาญพื้นที่

6) ด้านกระบวนการ (Process) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์เนื่องจากชื่นชอบรูปแบบการบริการแบบบริการนวดสปาสมุนไพรมากที่สุด สำหรับ 16 กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

ระบบการจองที่พักประเภทโฮมสเตย์ขึ้นชอบการจองผ่าน Website ของโฮมสเตย์โดยตรงมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามการเลือกเข้าใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ขึ้นชอบช่องทางทางการเงินแบบการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตมากที่สุด

7) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามการเลือกเข้าใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ ขึ้นชอบสภาพแวดล้อมและความปลอดภัยแบบ มีอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย เช่น กล้องวงจรปิด

5.1.4 สรุปตามวัตถุประสงค์ ใน 4 ด้าน

1. เพื่อศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของตลาด จากการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมตลาดในการเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครนั้น จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่มีเวลาในการพักผ่อนแค่ 1-2 วันและในการตัดสินใจที่จะเลือกมาใช้บริการโฮมสเตย์นั้น จะถามความเห็นจากเพื่อน เมื่อเดินทางก็จะเดินทางเป็นกลุ่ม โดยราคาที่ต้องการก็จะมีราคาไม่เกิน 1,000 บาทต่อการจ่ายที่พักต่อคืน และสถานที่พักนั้นต้องอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว

2. เพื่อศึกษาการดำเนินการธุรกิจโฮมสเตย์นั้น ทางโฮมสเตย์ต้องมีกิจกรรมรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งในอีก 5 ปีข้างหน้า ทางโฮมสเตย์อาจจะยังคงรูปแบบเดิมที่ให้บริการแบบที่สามารถสัมผัสวิถีชีวิตคนในชนบทได้ แต่ต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและชำนาญพื้นที่ ที่จะให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว โดยราคายังคงเป็นราคาที่ไม่แพงมากนัก เพื่อที่ตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม

3. เพื่อศึกษาวางแผนการจัดการเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจ เป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งใน 5 ปีข้างหน้า กลยุทธ์ที่ธุรกิจโฮมสเตย์จะต้องใช้ในการดำเนินงาน คือ การใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ซึ่งทางโฮมสเตย์อาจจะต้องใช้ความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนในการดึงดูดลูกค้า ว่าโฮมสเตย์ของเรานั้นมีความโดดเด่นและแตกต่างไม่เหมือนใคร อาจจะเป็นในด้านกิจกรรม หรือการตกแต่งที่ไม่เหมือนกับโฮมสเตย์ที่อื่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักที่โฮมสเตย์ของเรา

4. เพื่อศึกษายอดขายและแนวโน้มยอดขาย 5ปี จากตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยนั้น เป็นจำนวนที่มากขึ้นทุกปี บวกกับการที่ทางรัฐบาลได้สนับสนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองรอง 55 จังหวัด เพื่อลดหย่อนภาษีนั้น ก็จะเห็นได้ว่าการเติบโตของการท่องเที่ยวและที่พักยังคงไปได้ ซึ่งตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางในประเทศไทยก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวไทยมีการเติบโต แต่ตลาดต่างชาติก็เช่นกัน ถ้าหากภาครัฐยังคงส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยออกไปสู่ตลาดโลกแล้ว การท่องเที่ยวไทยก็ยังคงสร้างเม็ดเงินเข้าประเทศได้อีกมากมาย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายได้ ดังนี้ ทศนคติ พฤติกรรม และประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ พร้อมเดินทางมาใช้บริการเข้าพักโฮมสเตย์ประมาณ 3-4 คน ระยะเวลาที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าพักที่โฮมสเตย์ได้แก่ 1-2 วัน ค่าใช้จ่ายค่าบริการที่พักประเภทโฮมสเตย์โดยเฉลี่ยต่อ 1 คืนโดยประมาณของกลุ่ม

ตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ 501-1,000 บาท ผู้ที่ร่วมเข้าพักโฮมสเตย์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือครอบครัว ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการเลือกที่พักประเภทโฮมสเตย์ของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ได้แก่เพื่อน สถานที่ที่เลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด ได้แก่ ภาคกลาง เหตุผลในการเลือกเข้าพักประเภทโฮมสเตย์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คือ ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งจากการวิจัยจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวไทยนั้นยังคงเดินทางท่องเที่ยวเป็นครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน และการใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในส่วนใหญ่มักจะมีเวลาในการท่องเที่ยวที่น้อย โดยอาจจะเป็นวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ หรือวันนักขัตฤกษ์ ซึ่งจะมีเวลาที่เดินทางพร้อมกับครอบครัวหรือเพื่อน โดยครอบครัวในประเทศไทยนั้นยังคงนิยมเดินทางกันเป็นกลุ่ม เพื่อที่จะใช้เวลาด้วยกัน และการเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์อาจจะตอบความต้องการของทุกคนในครอบครัวได้ เพราะเนื่องจากมีกิจกรรมมากมายให้เลือกเข้าร่วม และนอกจากราคาที่พักก็ยังไม่แพง พร้อมมีอาหารไว้คอยให้บริการด้วย นอกจากนี้จะได้ใช้เวลาทำกิจกรรมกับครอบครัวแล้ว การใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ยังมีอาหารพื้นเมืองหรือพื้นถิ่นไว้ให้บริการนักท่องเที่ยวด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาเรื่องนี้ ทำให้ทราบถึงทัศนคติ พฤติกรรม และประสบการณ์ในการเลือกใช้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P's ซึ่งสามารถช่วยทำให้ผู้ประกอบการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาหรือปรับปรุงการให้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ รวมถึงมีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทำธุรกิจด้านที่พักประเภทโฮมสเตย์เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน ซึ่งในการทำธุรกิจโฮมสเตย์นั้น ผู้ประกอบการอาจจะต้องเพิ่มช่องทางในการทำตลาดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับรู้ เพื่อที่จะได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น ในช่วงที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเที่ยวบ่อย และในการทำธุรกิจโฮมสเตย์นี้ควรที่จะมีกิจกรรมหลากหลายเพื่อที่รองรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนบอกให้ทราบถึงกฎระเบียบข้อปฏิบัติต่างๆที่จะทำให้โฮมสเตย์เป็นโฮมสเตย์ที่จะได้รับมาตรฐาน ทั้งนี้ผู้ทำการวิจัยหวังว่า ผลการศึกษานี้การวิจัยในครั้งนี้และข้อเสนอแนะข้างต้นจะสามารถช่วยทำให้ผู้ประกอบการนำไปใช้เพื่อพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการที่พักประเภทโฮมสเตย์ รวมถึงสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่ง และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยศึกษาเรื่องความต้องการและการดำเนินงานของธุรกิจบ้านฉันโฮมสเตย์ สถานที่ตั้ง อำเภอ เกาะคา จังหวัดลำปาง ฉบับนี้สำเร็จได้ เนื่องจากได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์สมจิตร ล้วนเจริญ ประธานโครงการในการค้นคว้าอิสระ ที่ได้ให้คำปรึกษาพร้อมข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข พร้อมทั้งให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติมมาปรับปรุงงานวิจัยนี้ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนเป็นผลสำเร็จไปด้วยความเรียบร้อย และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ให้สัมภาษณ์ และผู้มีส่วนร่วมทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือจนทำให้การจัดทำงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

บรรณานุกรม

รศ.สมจิตร์ ล้วนจำเริญ.(2552). การจัดการการตลาด (Marketing: The Core).

สืบค้นเมื่อเดือนพฤษภาคม,2562

มยุขพันธ์ ไชยมันคง.(2562).การจัดการเชิงกลยุทธ์. สืบค้นเมื่อเดือน.พฤษภาคม,2562

รศ. พูนศักดิ์ แสงสันต์ และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ(2557) การจัดการการเงินธุรกิจ.

สืบค้นเมื่อเดือนพฤษภาคม,2562

ผศ.ดร.สุธรรม รัตนโชติ.(2552).พฤติกรรมองค์กรและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ท้อป.

ชลนิภัทร์ ปทุมมา.(2553). กลยุทธ์ธุรกิจ และกลยุทธ์การตลาดเพื่อความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขันใน

"กลยุทธ์พิชิตคนพิชิตงาน" โดย "ดร.สมสิทธิ์ มีแสงนิล" สืบค้นเมื่อเดือน.พฤษภาคม,2562

[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <https://www.sanook.com/money/78007/>

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2546 : 77) หลักการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว สืบค้นเมื่อเดือนพฤษภาคม,2562

[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <https://sites.google.com/site/fhdfh656/kar-tlad-pheux-xu-sa-hkr-rm-kar-thxng-theiyw>

Naradhip 2012 “สภาวะการแข่งขัน...จุดแข็ง-จุดอ่อน-โอกาส-อุปสรรค ของธุรกิจโฮมสเตย์”

สืบค้นเมื่อเดือนพฤษภาคม,2562 [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา

<http://naradhipyodsanti.blogspot.com/2012/10/blog-post.html>

Unknown /2015 การกำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขัน สืบค้นเมื่อเดือนพฤษภาคม, 2562

[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://nametchgm301.blogspot.com/>

ราช ศิริวัฒน์ มกราคม 25, 2017 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ สืบค้นเมื่อเดือนพฤษภาคม,2562 [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา

<https://doctemple.wordpress.com/2017/01/25/%E0%B8%97%E0%B8%A4%E0%B8%A9%E0%B8%8E%E0%B8%B5%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%B4/>

เอลิษา แก้วสิงทอง .(2562). เจ้าของโรงแรม-รีสอร์ทขนาดเล็กใครๆก็เป็นได้ สืบค้นเมื่อเดือนพฤษภาคม, 2562