

ชื่อเรื่อง : การจัดการทางด้านการตลาดของผู้ประกอบการโฮมสเตย์
ในภาคกลาง
ผู้เขียน : อุไรวรรณ จอมชื่อตรง, เสาวลักษณ์ เลิศเจริญบัณฑิต
ประธานที่ปรึกษา : ดร.ละอียด ศิลาน้อย
ประเภทสารนิพนธ์ : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2550

บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมาย

1. เพื่อศึกษาการจัดการทางด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในเขตภาคกลาง
2. เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาโฮมสเตย์ในเขตภาคกลาง

วิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้า

ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร โดยศึกษารวบรวมเอกสารจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เอกสารทางวิชาการ สื่อสิ่งพิมพ์ รายงานผลการวิจัย ที่เกี่ยวข้องจากหอสมุดแห่งชาติ วิทยาเขต พระราชวังสนามจันทร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรม มาธิราชและ หอสมุด มหาวิทยาลัยรามคำแหง

การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีกรวิจัยแบบเชิงคุณภาพ ข้อมูลการสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับการจัดการตลาดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ โดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ในเขตภาคกลาง

การจัดทำข้อมูล และ วิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดทำข้อมูลดังนี้

1. จัดระเบียบข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการสังเกตภาคสนามให้เป็นหมวดหมู่เพื่อ วิเคราะห์การจัดการทางการตลาดของเจ้าของกิจการ
2. รวบรวมถ่ายภาพสภาพแวดล้อมของโฮมสเตย์ในภาคกลางที่ได้เข้าไปสัมภาษณ์ ทั้งหมด เพื่อศึกษาผลกระทบต่อการจัดการในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. เปรียบเทียบข้อมูลของโฮมสเตย์ในแต่ละแห่งในภาคกลางกับข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีทั้งจุดเด่นและจุดด้อยในการบริหารจัดการ

ผลการศึกษาค้นคว้า

เนื่องจากปัจจุบันการท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และนักท่องเที่ยวต้องการเที่ยวในรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จึงทำให้ผู้ประกอบการสนใจทางด้านธุรกิจโฮมสเตย์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มจำนวนขึ้น จากกระแสความนิยมของนักท่องเที่ยว จึงทำให้มีผู้ประกอบการรวมทั้งชาวบ้านในท้องถิ่นสนใจที่จะประกอบธุรกิจทางด้านโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น จึงทำให้เกิดการแข่งขันทางด้านธุรกิจ ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันทางด้านการตลาดกับโฮมสเตย์ด้วยกันค่อนข้างสูง และปัจจัยทางด้านต่างๆที่ทำให้ที่พักแบบโฮมสเตย์ยังไม่เป็นที่รู้จัก และสามารถดึงดูดลูกค้าที่เข้ามาพักแบบโฮมสเตย์ได้ ซึ่งแต่ละแห่งยังขาดการสำรวจทางด้านการตลาดและการทำการตลาดอย่างจริงจัง ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาโดยการสำรวจการทำการตลาดของผู้ประกอบการในแต่ละแห่งในเขตภาคกลางโดยเลือกโฮมสเตย์ทั้งหมด 30 แห่ง ซึ่งรวบรวมได้ 8 จังหวัดดังนี้ โฮมสเตย์จังหวัดสมุทรปราการ, จังหวัดสมุทรสงคราม, จังหวัดสมุทรสาคร, จังหวัดพระนครศรีอยุธยา, จังหวัดสิงห์บุรี, จังหวัดนครนายก, จังหวัดอ่างทอง และจังหวัดสุพรรณบุรี ได้มีการสำรวจการจัดการทางการตลาดของผู้ประกอบการ

ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ที่พักโฮมสเตย์ในภาคกลางส่วนใหญ่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์โดยจะมีลักษณะเป็นบ้านไม้ชั้นเดียวซึ่งยังคงรักษาความเป็นดั้งเดิมอยู่ เช่นบ้านทรงไทย ที่พักจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ โฮมสเตย์ในภาคกลางนี้มีระบบไฟฟ้า ประปา ถนน เข้าถึงเพื่ออำนวยความสะดวกต่อเส้นทางการเดินทางและการเข้าพักให้แก่นักท่องเที่ยวได้ กิจกรรมในที่พักผู้ประกอบการพยายามเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมนั้นๆ เพราะสถานที่ท่องเที่ยวใน 8 จังหวัดนี้ มีศิลปะ สถาปัตยกรรมเช่น วัด โบสถ์ สถาปัตยกรรมเยอะ ทำให้สร้างแรงดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวมาก

ปัจจัยทางด้านราคาโฮมสเตย์ในภาคกลางมีราคาเริ่มต้นที่ 200-400 บาทต่อคืนซึ่งส่วนใหญ่เป็นราคามาตรฐานทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาพักแบบต่อเนื่อง แต่ทางโฮมสเตย์ไม่มีการจัดเป็นแพ็คเกจทัวร์เพื่อบริการลูกค้าที่ขอความสะดวกสบายในการเข้าพักที่รวมถึงอาหาร 3 มื้อทางผู้ประกอบการควรที่จะมีการจัดเจ้าหน้าที่พักเป็นแบบแพ็คเกจทัวร์เพื่อขยายตลาดโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น

ปัจจัยทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในภาคกลางจะเป็นการจัดตนเองเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน เพราะเป็นธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งรวมถึงการจัดจำหน่ายที่พักเองด้วยทำให้ผู้ประกอบการต้องใส่ใจและคำนึงถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

ปัจจัยทางการส่งเสริมทางการตลาดโฮมสเตย์ในภาคกลางจะใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในการจำหน่ายที่พักและติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งทำให้เกิดความสะดวกสบายในการจำหน่ายที่พักและรับรองลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งการให้บริการของผู้ประกอบการทั้งหมดนี้สร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในระดับมากทำให้ผู้ประกอบการในแต่ละแห่งสามารถเก็บลูกค้าเก่าและสร้างลูกค้าใหม่ได้มากขึ้นเพราะโฮมสเตย์มีการสร้างกิจกรรมที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำอีก