

แนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ เฮ้าส์ โฮม สเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

Guideline to Increase Number Home Stay Guest at “A House Home Stay” Pak Chong District, Nakhonratchasima Province

กุลรัตน์ นามโพธิ์ชัย (Kunlarat Nampochai)* ดร.ธีระ ฤทธิรอด (Dr.Theera Rittirod)^{1**}

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของผู้ที่เคยมาใช้บริการ และผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการ เอ เฮ้าส์โฮมสเตย์ ในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา 2) ศึกษาสาเหตุที่ธุรกิจ เอ เฮ้าส์ โฮมสเตย์ มียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และ 3) เสนอแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ เฮ้าส์โฮมสเตย์ ทำการศึกษาโดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 400 ชุด โดยแบ่งเป็นผู้ที่เคยมาใช้บริการ 200 ตัวอย่าง และผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการ 200 ตัวอย่าง ผลการศึกษา พบว่า พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เคยมาใช้บริการ และผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการ มีพฤติกรรมคล้ายกัน คือ มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน เดินทางมา 2-4 คน ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล มีระยะเวลาเข้าพัก 1-2 คืน เกณฑ์การตัดสินใจใช้บริการที่พัก คือ ราคาไม่แพง เลือกใช้ห้องพักแบบเตียงคู่ เลือกห้องพักราคาไม่เกิน 2,000 บาท มาใช้บริการที่พักในทุกฤดูกาล ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดต่อเนื่อง ส่วนมากรู้จัก เอ เฮ้าส์ โฮม สเตย์ จาก Facebook.com เมื่อวิเคราะห์ผังก้างปลา พบว่ามีสาเหตุ 2 ด้าน คือ สิ่งแวดล้อม และเครื่องมือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เมื่อวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า จุดแข็ง คือ ที่พักสวย พนักงานบริการดี จุดอ่อน คือ พื้นที่จอดรถไม่เพียงพอ โอกาส คือ การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี 2558 จะช่วยขยายตลาดให้กว้างขวางขึ้น อุปสรรค คือ มีการแข่งขันสูงขึ้น โดยเฉพาะมีโรงแรมเปิดใหม่ และการแข่งขันด้านราคา กำหนดแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก มีโครงการต่างๆ ดังนี้ 1) โครงการประชาสัมพันธ์ในสื่อ Facebook twitter YouTube Pantip และแผ่นพับ 2) โครงการออกแบบป้ายบอกขนาดใหญ่ ในเขตทางหลวง 3) โครงการขยายพื้นที่บริเวณจอดรถ 4) โครงการขยายสัญญาณ WiFi ให้ครอบคลุมพื้นที่ 5) โครงการแก้ปัญหาช่วง Low Season โดยประชาสัมพันธ์ในสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น จัดโปรโมชั่นลดราคาที่พัก ร้อยละ 50 พัก 3 คน ฟรี 1 คน จัดกิจกรรมเล่นเกมชิงรางวัลบัตรเครื่องเล่น หรือเข้าชมสถานที่ต่างๆ และถ่ายรูปพร้อมเช็คอิน ณ เอ เฮ้าส์ โฮมสเตย์ ได้รับเครื่องดื่มกาแฟฟรี 6) โครงการสนับสนุนการเข้าพักแบบครอบครัว โดยจัดกิจกรรมประกวดภาพถ่ายครอบครัว ผู้ชนะจะได้รับรางวัล พักฟรี 1 คืน สำหรับ 1 ครอบครัว (4 ท่าน) และจัดกิจกรรมคาราวาน family trip กิจกรรม ที่ พ่อ แม่ และลูก สามารถสนุกสนานกับการทำกิจกรรมร่วมกันได้

¹ Correspondent author: theerarit@gmail.com

* นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** รองศาสตราจารย์ คณะเกษตรศาสตร์, วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ABSTRACT

This study aimed to 1. Study factor that affect decision making to choose resort in Pak Chong, Nakhonratchasima of customer who had stay at A house home stay and those who have not and 2. Suggest guideline to increase customer at A house home stay. First, we collect data from 400 questionnaires by separate into two groups, first half is former customer at A house home stay and the second is traveler who never been stay at A house home stay and found that both group have similar behavior which is want to traveling and rest, travel in 2-4 people by their own private car and stay for 1-2 night and decision making criterion is low price, double bed, room which price lower than 2,000 baht. There're customers every season, especially on weekend and golden week. Most of them heard of a house home stay from facebook and emphasize quality of the service. When we analyze fishbone diagram found that there're four factors which is staff, procedure, environment and tools and when we run SWOT analysis we found that strength is beautiful place, good service and weakness is lack of parking area. Our opportunity is AEC on 2558 that will expand the market but competition will raise as well especially new hotel and price competition. We suggest guideline to increase customer as follow 1. Facebook, Twitter, Youtube, Pantip and flyer commercial project 2. Giant notice board on highway project 3. Improve parking area project 4. Expand Wifi connection project 5. Solving low season problem project by increase internet commercial and promotion such as half the price or 4 people stay for 3 people price between August and September including contest for plaything or free visit couple and give people who take a photo when check-in at A house home stay a free coffee 6. Encourage customer to stay as family with family photo event that will reward winner a free night couple for 1 family and caravan family trip event that every member in family can have fun together.

คำสำคัญ : ผู้เข้าพักโฮมสเตย์

Key Words : Tourist, Home Stay

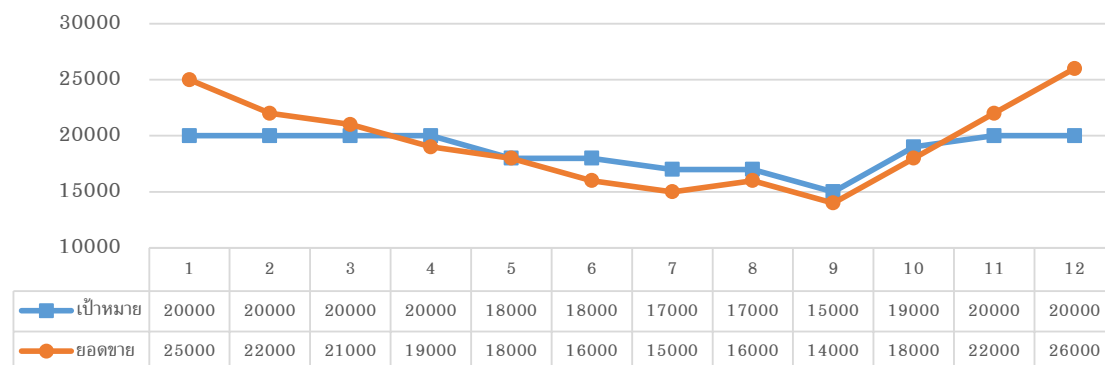
บทนำ

การท่องเที่ยว จัดเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการ (Service Industry) สามารถทำรายได้หลักให้กับประเทศไทย มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 [1] ที่พักประเภทรีสอร์ต หมายถึง ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยมสร้างขึ้นตามบริเวณที่มีทิวทัศน์สวยงามตามธรรมชาติ ที่พักประเภทนี้จะไม่ได้รับความนิยมจากนักเดินทางชั่วคราวระยะเวลานั้นๆ [2] สถานการณ์ธุรกิจบริการที่พัก ประเภทรีสอร์ต ที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่

ท่องเที่ยวอำเภอปากช่อง หนึ่งในดินแดนมหัศจรรย์ของจังหวัดนครราชสีมา หรือโคราช ซึ่งเป็นประตูเข้าสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อัดแน่นไปด้วยชนบทธรรมชาติ วัฒนธรรม และอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานคร 256 กิโลเมตร พร้อมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว ที่พักผ่อน ผู้มาเยี่ยมชมจะได้เพลิดเพลินกับธรรมชาติ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น เดินป่า ปีนเขา และอื่นๆ รวมถึงสามารถดื่มด่ำกับ

วัฒนธรรมขอมโบราณ [3] สถานการณ์ปัจจุบัน ดังนี้ จากสถิติภาพรวมอุตสาหกรรมธุรกิจ หมวดโรงแรม และภัตตาคาร พบว่า มีการขยายตัวทางธุรกิจ จากจำนวนการจดทะเบียนพาณิชย์ หมวดโรงแรมและภัตตาคาร อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จากปี

พ.ศ. 2552 ถึงปี พ.ศ. 2555 พบว่าจำนวนผู้ประกอบการประเภทที่พัก จากปี พ.ศ. 2552 ถึงปี พ.ศ. 2556 เพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 33 และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง [4]



ภาพที่ 1 เป้าหมายและยอดขายรายเดือน ปี พ.ศ. 2556 ของ เอ เอ็ม สโสมสเตย์

แต่จากภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่า ธุรกิจ เอ เอ็ม สโสมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มี ยอดขายสูงกว่าเป้าหมาย เพียง 5 เดือนต่อปีเท่านั้น และอีก 7 เดือนที่เหลือ ยอดขายต่ำกว่าเป้าหมายที่ คาดหวังไว้ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้รับมอบหมายให้ ศึกษาและเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการแข่งขันกับ ตลาดธุรกิจที่พักที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ที่ทำให้ผู้ใช้ บริการลดลง รายได้ลดลง จำนวนผู้เข้าพักลดลง รวมถึงเป็นการรักษาผลประโยชน์ประกอบการ และการเพิ่ม ผลประกอบการ ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะเพิ่มจำนวน ผู้เข้าพัก เอ เอ็ม สโสมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาพฤติกรรม และ การตัดสินใจของผู้มาเยี่ยมชม เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคคลกับการตัดสินใจในการ เลือกที่พักประเภทรีสอร์ท อำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา และเสนอแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย ธุรกิจ เอ เอ็ม สโสมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

วัตถุประสงค์

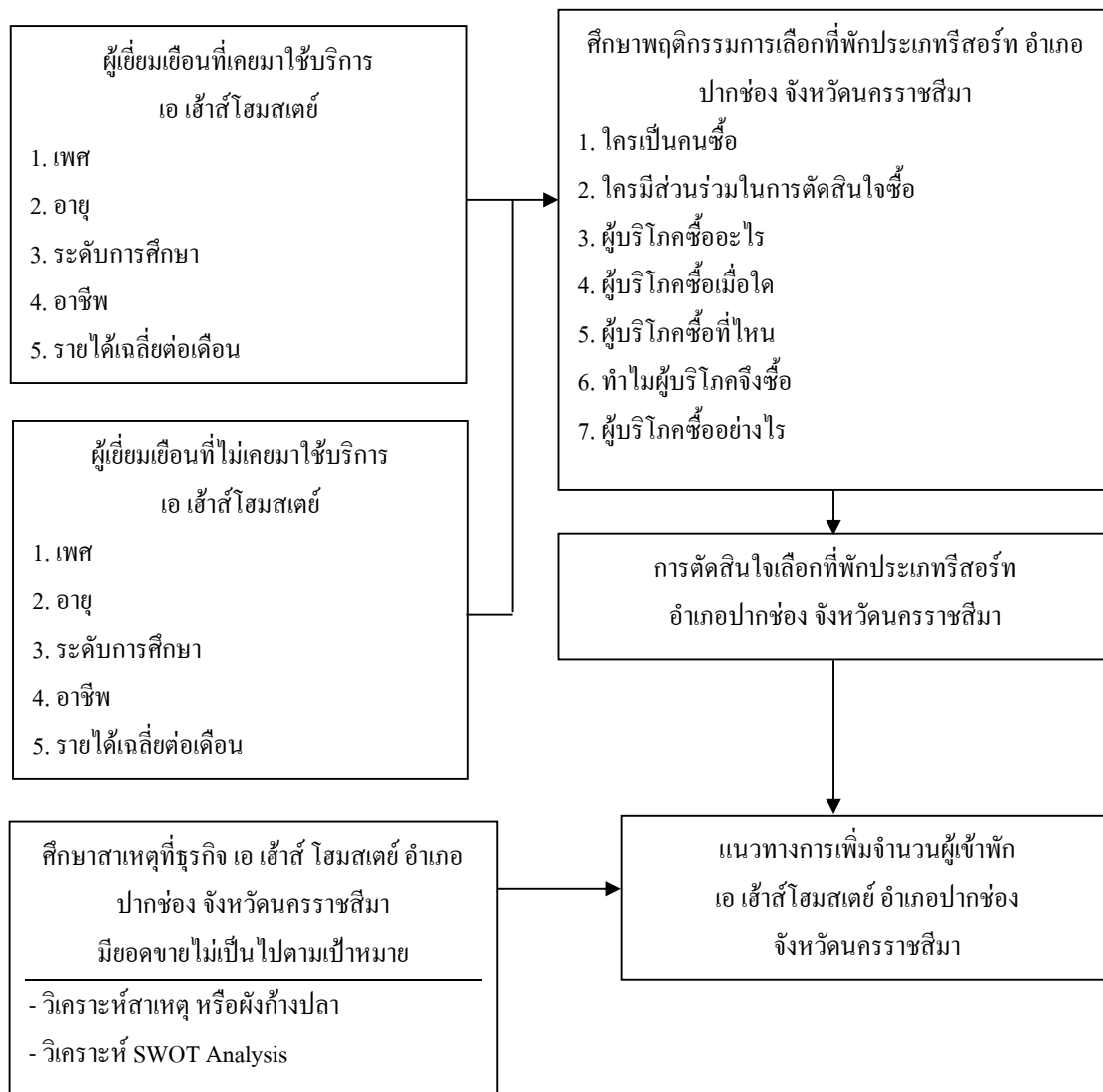
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผล ต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการ และผู้ที่เคยมาใช้บริการ เอ เอ็ม สโสมสเตย์ ในการ เลือกที่พักประเภทรีสอร์ท อำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาสาเหตุที่ธุรกิจ เอ เอ็ม สโสมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มียอดขาย ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย
3. เพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มจำนวน ผู้เข้าพัก เอ เอ็ม สโสมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรม ข้อมูลทั่วไป ของธุรกิจ เอ เอ็ม สโสมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา แนวคิดทฤษฎีกลยุทธ์ทาง การตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค การตัดสินใจซื้อของ

ผู้บริโภค การจัดการ การบริการ ธุรกิจบริการที่פק แผนผังก้างปลา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษา

ได้กำหนดกรอบแนวคิดการศึกษา ดังแสดงใน ภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิด

วิธีการดำเนินการศึกษา

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ จำนวนผู้ที่มาเยี่ยมเยือนอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีจำนวนผู้ทั้งสิ้น 3,689,238 คน [11]

1.2 กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้

สูตรของ Taro Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน แบ่งเป็นผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการ 200 ตัวอย่าง และผู้ที่เคยมาใช้บริการ 200 ตัวอย่าง และผู้บริหาร เอ เอ๊าส์โฮมสเตย์ จำนวน 1 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

2.1 ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างผู้ที่มาเยี่ยมเยือนอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามสำหรับผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการ เอ เอ๊าส์โฮมสเตย์ 2) แบบสอบถามสำหรับผู้ที่เคยมาใช้บริการ เอ เอ๊าส์ โฮมสเตย์ โดยใช้ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจตามหลักส่วนประสมทางการตลาด

2.2 ใช้แบบสัมภาษณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหาร เอ เอ๊าส์ โฮมสเตย์ ดังนี้ 1) สาเหตุหรือผักร้างปลา 2) จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ที่มีผลต่อเอ เอ๊าส์ โฮมสเตย์

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยเกี่ยวกับการศึกษา

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยทฤษฎีการวางแผน SWOT Analysis เพื่อนำมากำหนดแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ เอ๊าส์โฮมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

4.3 นำข้อมูลที่ได้จากหัวข้อ 4.1 และ 1.2 มากำหนดแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ เอ๊าส์โฮมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

5. ระยะเวลาศึกษา เก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างมกราคม พ.ศ. 2557 ถึง กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

6. พื้นที่ศึกษา ดำเนินการเก็บข้อมูลการศึกษา ภายในเขตอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาพฤติกรรม และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของผู้ที่ไม่เคยมาใช้

บริการ และผู้ที่เคยมาใช้บริการ เอ เอ๊าส์โฮมสเตย์ ในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มีดังนี้

1.1 ผลการศึกษาพฤติกรรม ของผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการ และผู้ที่เคยมาใช้บริการ เอ เอ๊าส์โฮมสเตย์ ในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 20-29 ปี ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากเป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-15,000 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อนเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล (ส่วนตัว) มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1-2 คืน เกณฑ์ในการตัดสินใจ ใช้บริการที่พัก คือ ราคาไม่แพง เลือกใช้บริการห้องพักแบบห้องพักเตียงคู่ เลือกใช้บริการห้องพักในระดับราคาไม่เกิน 2,000 บาท มาใช้บริการที่พักรีสอร์ต ในทุกฤดูกาล ในช่วงวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดต่อเนื่อง ส่วนมากรู้จักเอ เอ๊าส์โฮม สเตย์ จากสื่อประเภท Facebook.com และจะกลับมาใช้บริการ เอ เอ๊าส์โฮม สเตย์ อีกครั้ง เพราะ มีการบริการที่ดี ส่วนมากใช้บริการที่พักที่อื่นก่อนที่จะมาพักที่ เอ เอ๊าส์โฮม สเตย์ เพราะ ยังไม่ทราบว่าเอ เอ๊าส์โฮม สเตย์ และไม่รู้ว่ามีเอ เอ๊าส์โฮม สเตย์ อยู่ไหน

1.2 ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการ และผู้ที่เคยมาใช้บริการ เอ เอ๊าส์โฮมสเตย์ ในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ต อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่สำคัญในการเลือกใช้บริการ เอ เอ๊าส์โฮม สเตย์คือ คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ ด้านราคา และด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย อีกทั้งยังต้องปรับปรุงและพัฒนา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยเพิ่มที่จอดรถ กรณีมีลูกค้าจำนวนมาก

2. ผลการศึกษาสาเหตุที่ธุรกิจ เอ เอ๊าส์โฮมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย มีดังนี้

2.1 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่า 1) จุดแข็ง (Strengths) ได้แก่ ธุรกิจตั้งอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ดี อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวมีการเดินทางสะดวก มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ห้องพักรมมีขนาดพอเหมาะ และตกแต่งอย่างสวยงาม มีเครื่องอำนวยความสะดวกพร้อมทำเลดีเหมาะสมกับราคาคู่มือ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก บริหารแบบลักษณะครอบครัว สามารถปรับเปลี่ยนนโยบายและกลยุทธ์ได้ทันที 2) จุดอ่อน (Weakness) ได้แก่ ขาดการจัดการระบบการจัดการที่เป็นระบบ เนื่องจากการบริหารงานแบบครอบครัว ขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในด้านภาษาต่างประเทศ ภาษาอังกฤษ และภาษาอื่นๆ อาทิ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รัสเซีย และ ภาษาในกลุ่มประเทศอาเซียน 3) โอกาส (Opportunities) ได้แก่ การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ปี 2558 จะช่วยขยายตลาดนักท่องเที่ยวในภูมิภาคให้กว้างขวางขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวจากประเทศสมาชิกอาเซียนกันเอง และนักท่องเที่ยวจากภายนอกภูมิภาคอาเซียน การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งของภาครัฐ และภาคเอกชน โดยเฉพาะกิจกรรมต่างๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว และกิจกรรมส่งเสริมด้านการตลาด ช่วยกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งคนไทยและต่างชาติ แนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องของผู้สูงอายุในวัยเกษียณของประเทศไทยที่พัฒนาแล้วทั้งหลาย ทำให้ความต้องการแหล่งพำนักระยะยาว (Long Stay) ในต่างประเทศเพิ่มขึ้นตามลำดับ เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ 4) อุปสรรค (Threats) ได้แก่ การแข่งขันที่สูงขึ้น จากการมีโรงแรมเปิดใหม่ และการแข่งขันด้านราคา ความไม่สงบทางการเมืองส่งผลต่อด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวลดลง ในช่วง Low Season มีลูกค้าน้อย เพราะเป็นฤดูฝน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการน้อยลงราคาน้ำมัน และเชื้อเพลิงมีแนวโน้มสูงขึ้น ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวลดลง การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี 2558 จะยังเพิ่มการแข่งขัน

ในธุรกิจที่พัก กล่าวคือ จะมีการขยายการลงทุนจากประเทศในภูมิภาคอาเซียนเข้ามาในธุรกิจ ในหลายพื้นที่ของไทย มีแนวโน้มจะจ้างเครือข่ายโรงแรมชั้นนำจากต่างประเทศเข้ามาบริหาร ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจด้านมาตรฐานการบริการ

2.2 ผลการวิเคราะห์สาเหตุและผล หรือผังก้างปลา พบว่า สาเหตุที่ 1 สิ่งแวดล้อม เนื่องจาก เอ แฮสโฮมสเตย์ มีพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอ กับความต้องการ สาเหตุที่ 2 เครื่องมือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวก เนื่องจาก เอ แฮสโฮมสเตย์ อยู่ในเขตพื้นที่ที่มีธุรกิจที่พักเปิดเป็นจำนวนมาก แต่ไม่มีป้ายบอกทางมาเอ แฮส โฮมสเตย์ ที่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าไม่สามารถมาพักที่ เอ แฮส โฮมสเตย์ อีกทั้งยังขาดการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นผลทำให้ลูกค้าไม่รู้จักเอ แฮสโฮมสเตย์ ซึ่งปัจจุบันถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกที่พักของลูกค้า และมีสัญญาณ WiFi ไม่ครอบคลุมพื้นที่ ทำให้กลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญต่อ Wi-Fi เลือกที่จะไม่เข้าพักใน เอ แฮส โฮมสเตย์

3. กำหนดแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ แฮสโฮมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยมีรายละเอียด ดังตารางที่ 1 ดังนี้ 1) โครงการประชาสัมพันธ์ เอ แฮสโฮมสเตย์ ดำเนินการโดยโปรโมท เอ แฮสโฮมสเตย์ ในสื่อ Social Network ต่างๆ เช่น Facebook twitter YouTube Pantip และจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ เป็นต้น 2) โครงการออกแบบป้ายบอกทาง ที่มีขนาดใหญ่ ดำเนินการโดยจัดทำป้ายบอกทางในเขตทางหลวง จำนวน 20 ป้าย 3) โครงการขยายพื้นที่บริเวณจอดรถ ดำเนินการโดยขยายพื้นที่รอบอาคารสำหรับเป็นพื้นที่สีเขียว ตลอดจนจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในการเชื่อมต่อการเดินทาง อาทิ พื้นที่จอดรถ รถแท็กซี่ รถจักรยานยนต์รับจ้าง 4) โครงการขยายสัญญาณ WiFi ให้ครอบคลุมพื้นที่ดำเนินการติดตั้งอุปกรณ์ตามโครงการเพื่อให้บริการแก่ลูกค้า 5) โครงการแก้ปัญหาช่วง Low Season โดยประชาสัมพันธ์ในสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น จัดโปรโมชันลดราคาที่พัก 50% พัก 3 คน ฟรี 1 คน

ระหว่างเดือน สิงหาคม – กันยายน จัดกิจกรรมเล่นเกมชิงรางวัลบัตรเครื่องเล่น หรือเข้าชมสถานที่ต่าง ๆ และถ่ายรูป พร้อมเชคอิน ณ เอ แฮาส์ โฮมสเตย์ ได้รับเครื่องดื่มกาแฟฟรี 6) โครงการสนับสนุนการเข้าพักแบบครอบครัว โดยการนำเสนอข้อมูลเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับครอบครัว ในพื้นที่ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา จัดกิจกรรมประกวด

ภาพถ่ายครอบครัว ผู้ชนะจะได้รับรางวัล พักฟรี 1 คืน สำหรับ 1 ครอบครัว (4 ท่าน) และจัดกิจกรรมคาราวาน family trip กิจกรรมท่องเที่ยวและกิจกรรมสร้างสรรค์ ที่ พ่อ แม่ และลูก สามารถสนุกสนานกับการทำกิจกรรมร่วมกันได้ โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดโครงการ การเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ แฮาส์โฮมสเตย์

โครงการ	วัตถุประสงค์	งบประมาณ	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
1) โครงการประชาสัมพันธ์ เอ แฮาส์โฮมสเตย์	เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ การยอมรับ และความรู้สึกที่ดีต่อธุรกิจ และเพื่อให้เอ แฮาส์โฮมสเตย์เป็นที่รู้จัก อย่างกว้างขวาง	20,000 บาท	นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลธุรกิจบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ของ เอ แฮาส์โฮมสเตย์
2) โครงการออกแบบป้ายบอกทาง ที่มีขนาดใหญ่	เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าพัก	15,000 บาท	นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสามารถเดินทางด้วยความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น
3) โครงการขยายพื้นที่บริเวณจอดรถ	จัดให้มีพื้นที่สีเขียวผสมผสานกับการจัดพื้นที่จอดรถ เพื่อรักษาสัตว์สวนพื้นที่เปิดโล่งในบริเวณพื้นที่	105,000 บาท	ผู้มาใช้บริการ ได้รับความสะดวกในการจอดรถ
4) โครงการขยายสัญญาณ WiFi ให้ครอบคลุมพื้นที่	เพื่อเพิ่มความสะดวกสบาย และเป็นการเพิ่มช่องทางการสื่อสารใหม่	10,000 บาท	นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อความสะดวกสบายในการเข้าพัก
5) โครงการแก้ปัญหาช่วง Low Season	เพื่อต้องการให้มีลูกค้ามาใช้บริการที่พัก ช่วง Low Season	10,000 บาท	ในช่วง Low Season หรือช่วง Green Season มีลูกค้ามาใช้บริการที่พักเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
6) โครงการสนับสนุนการเข้าพักแบบครอบครัว	เพื่อเสริมสร้างการท่องเที่ยวแบบครอบครัว ภายใต้กิจกรรม “Life & Learn” โดยจะมุ่งเน้นให้ครอบครัวได้มีกิจกรรมร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว และเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น	10,000 บาท	ครอบครัวได้มีกิจกรรมร่วมกัน เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีของสถาบันครอบครัว ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว และเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับผู้ประกอบการที่พักอีกด้วย
งบประมาณที่ใช้จัดทำโครงการทั้งหมดรวม		170,000 บาท	

สรุปผลการศึกษาและอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาพฤติกรรม และการตัดสินใจ ของผู้ที่ไม่เคยมาใช้บริการ และผู้ที่เคยมาใช้บริการ เอ แฮสโฮมสเตย์ ในการเลือกที่พักประเภทรีสอร์ท อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า สอดคล้องกับผลงานวิจัยของชไมพร สมปิตา [5] คือ ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ทางการตลาดการใช้บริการมีดังนี้ 1) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ ควรให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพ และควรจัดให้มีการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า 2) ด้านราคา ควรมีการกำหนดราคาที่ได้มาตรฐาน เหมาะสม กับคุณภาพ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรติดป้ายบอกทางให้ผู้บริโภคทราบถึงทำเลที่ตั้งของ รีสอร์ท 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เว็บไซต์ หรือสื่ออื่นๆ 5) ด้านพนักงาน ควรสร้างความแตกต่างด้านการบริการของพนักงานโดยการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้แตกต่างเหนือคู่แข่ง และสามารถดึงดูดลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก โดยเน้นการฝึกอบรมให้พนักงานเห็นความสำคัญของงานบริการ 6) กระบวนการให้บริการ ควรวางแผนกลยุทธ์กระบวนการให้บริการ โดยจัดระบบ ขั้นตอน ความสะดวก ความรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพของการให้บริการ 7) ลักษณะทางกายภาพ ควรวางแผนกลยุทธ์ลักษณะทางกายภาพ โดยให้ความสำคัญของลักษณะความสวยงามของโรงแรม มีการจัดสวน ที่สวยงาม และพบว่าผู้ที่เคยมาใช้บริการ เอ แฮสโฮมสเตย์ คิดว่าการบริการและการต้อนรับของพนักงาน มีส่วนสำคัญมาก ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของจันทนา จันทรโชติ [6] อีกทั้งความต้องการเข้าพักส่วนใหญ่ของลูกค้า คือต้องการใช้บริการที่พัก 1-2 วัน ในวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของณิชากร ณัฐเจริญลาภ [7] เนื่องจากเป็นวันหยุด และต้องการพักผ่อนจากการทำงาน หรือใช้เวลาร่วมกันของคนในครอบครัว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ศึกษาสาเหตุที่ธุรกิจ เอ แฮส โฮมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา มียอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย พบว่า เอ แฮสโฮมสเตย์ มีพื้นที่จอดรถไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลงานวิจัยของชไมพร สมปิตา [5] อีกทั้งไม่มีป้ายบอกทางมาเอ แฮสโฮมสเตย์ ที่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าไม่สามารถมาพักที่ เอ แฮสโฮมสเตย์ อีกทั้งยังขาดการประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นผลทำให้ลูกค้าไม่รู้จักเอ แฮสโฮมสเตย์ ซึ่งปัจจุบันถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกที่พักของลูกค้า และมีสัญญาณ WiFi ไม่ครอบคลุมพื้นที่ ทำให้กลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญด้านการติดต่อสื่อสารด้วย Wi-Fi เลือกที่จะไม่เข้าพักใน เอ แฮสโฮมสเตย์ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของวงศ์วิธ พูนศิลป์ [8]

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ แฮสโฮมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า เอ แฮสโฮมสเตย์ มีรูปแบบห้องพัก หรือรูปแบบบ้านพัก ที่มีไว้ให้บริการแก่ลูกค้า มีความแตกต่างจากห้องพักทั่วไป โดยบ้านพักแต่ละหลังจะมีลักษณะเป็นรูปตัวเอ (A: ภาษาอังกฤษ) ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์/การบริการ สอดคล้องกับผลการวิจัยของระพีพร แจ่มประไพ [9] และได้จัดทำโครงการต่างๆ ได้แก่ โครงการประชาสัมพันธ์ เอ แฮสโฮมสเตย์ โครงการออกแบบป้ายบอกทาง โครงการขยายพื้นที่บริเวณจอดรถ โครงการขยายสัญญาณ WiFi ให้ครอบคลุมพื้นที่โครงการแก้ปัญหาช่วง Low Season และโครงการสนับสนุนการเข้าพักแบบครอบครัว ล้วนต้องการผลักดันให้ธุรกิจ เป็นที่รู้จัก สร้างความพึงพอใจ และสร้างความประทับใจสูงสุดแก่ลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของวงศ์วิธ พูนศิลป์ [8] และลัดดา ปันแดง [10]

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการใช้สถิติเชิงอนุมานในการอธิบายข้อมูลสถิติที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อเป็นเครื่องมือในการพิสูจน์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มีความสอดคล้องกับข้อเสนอแนะทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพักหรือไม่

เอกสารอ้างอิง

1. Nikom J. Tourism and Tourism Industry Management. Bangkok: Odeon Store. 1993. Thai.
2. Supattra S. Hotel Management. Khon Kaen University Printing House. 2010. Thai.
3. The Tourism Authority of Thailand. (2013). Home Stay & Village visit. Retrieved 12 June 2013, from www.tourismthailand.org/download/my_documents/my_files/homestay.pdf
4. Department of Business Development. (2012). Statistics excerpts. Retrieved 21 July 2013, from <http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=136>
5. Chamaiporn S. Guidelines for the Development of Food and Drink Service, A Case Study at JW Marriott Phuket Resort & Spa. Phuket Rajabhat University. (Term Paper) 2008. Thai.
6. Jantana J. The Factors Relating to the Satisfaction of Tourists with the Implementation of the Package-Tour Service by Tourist Entrepreneurs in Songkhla Province. Songkhla Rajabhat University. (Thesis) 2008. Thai.
7. Nichakorn N. Home stay management of hill tribe communities in Chiang Mai Province. Chiang Mai University. (IS) 2007. Thai.
8. Wongwaran P. Small Resort Management in Phuket Province: A case study of Bangtao Beach Cottage. Chiang Mai University. (IS) 2004. Thai.
9. Rapeeporn J. arketing Strategies of Away Resort Koh Kood, Trat Province. Sukhothai Thammathirat University. (IS) 2009. Thai.
10. Ladda P. Adjustment of the Hotels and Resorts Marketing Strategies in Chiang Mai Province Resulted from the 2008 Economy Crisis. Chiang Mai University. (IS) 2009. Thai.
11. Office of the Permanent Secretary. Annual of statistical report domestic tourism (North East). Bangkok; Ministry of Tourism and Sports. 2013. Thai.