

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The Analysis on Cost and Returns of Homestay Business in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

◆ สรีกา นนทะสร

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

Sarika Nonthasorn

Lecturer, Business Administration, Faculty of Hospitality Industry

Dusit Thani College, Email: sarika.no@dtc.ac.th

◆ สรัญญา ศรีทองมาศ

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะอุตสาหกรรมบริการ วิทยาลัยดุสิตธานี

Saranya Sritongmas

Lecturer, Business Administration, Faculty of Hospitality Industry

Dusit Thani College, Email: saranya.sr@dtc.ac.th

Received: February 24, 2021; Revised: March 12, 2021; Accepted: May 28, 2021

Abstract

The objectives of this research were 1) to study marketing mix strategies, problems and obstacles that affected the cost and returns of the homestay business in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province and 2) to analyze the cost and returns on investment of the homestay business. This research was a mixture of qualitative and quantitative research by using in-depth interviews with 3 homestay entrepreneurs who have certified by Thai homestay standards. The quantitative data collected from 415 visitors.

The results of the study about for marketing mix strategies that are problems and obstacles affecting the cost and return of the 3 homestays businesses are mainly the marketing promotion which should be a promotion through website media / Applications as well as a discount on accommodation prices for customers who have used the service and billboards for accommodation through various agencies.

Regarding to cost and returns analysis, the findings presented that the present value of net return (NPV) of Sai Noi Homestay was equal to 27,364,695.08 baht while Ko Kerd Homestay was 40,542,413.99 baht and Khlong Rang Jorakae Homestay was equal to 1,471,287.22 baht. The investment of all 3 homestay businesses showed the NPV value greater than 0. meaning that it was worth to invest. Internal rate of return of the business

(IRR) showed that Sai Noi Homestay was 46.88 per cent and Ko Kerd Homestay was 329.64 percent while Khlong Rang Jorakae Homestay was 33.66 percent, which every IRR was greater than the discounted rate of 6.95 percent, indicating that all 3 homestays were worth to invest. For a payback period analysis on the Koh Kerd Homestay showed the minimum payback period of 6 months and 9 days while Khlong Rang Jorakae Homestay was 3 years and 8 days followed by Sai Noi Homestay was 3 years, 3 months, 15 days, indicating that all 3 homestays had more return than the cost. As such, the relationships between cost and return on investment will be in the same direction in all 3 targeted locations.

Keywords : Thai Homestay Certification, Cost and Returns, Marketing Mix

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 2) เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนธุรกิจโฮมสเตย์ เป็นการวิจัยแบบผสมทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำนวน 3 แห่ง และเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ จำนวน 415 คน

ผลการศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นปัญหาและอุปสรรคมีผลกระทบต่อต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งจะเป็นในเรื่องการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าความพึงพอใจต่ำสุด โดยควรมีการส่งเสริมการขายผ่านสื่อเว็บไซต์ / แอปพลิเคชัน มีส่วนลดราคาที่พักให้แก่ลูกค้าที่เคยมาใช้บริการ และมีป้ายโฆษณาสถานที่พักผ่านหน่วยงานต่าง ๆ

การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน ผลการศึกษพบว่า มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) โฮมสเตย์ไทรน้อย มีค่าเท่ากับ 27,364,695.08 บาท โฮมสเตย์เกาะเกิด มีค่าเท่ากับ 40,542,413.99 บาท โฮมสเตย์คลองรางจระเข้ มีค่าเท่ากับ 1,471,287.22 บาท การลงทุนของธุรกิจโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ให้ค่า NPV มากกว่า 0 แสดงให้เห็นว่าคุ้มค่าต่อการลงทุน อัตราผลตอบแทนภายในของกิจการ (IRR) พบว่า โฮมสเตย์ไทรน้อย มีค่าเท่ากับร้อยละ 46.88 โฮมสเตย์เกาะเกิด มีค่าเท่ากับ ร้อยละ 329.64 และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ มีค่าเท่ากับร้อยละ 33.66 ซึ่งทุกโฮมสเตย์มีค่ามากกว่าอัตราคิดลดที่กำหนดไว้คือร้อยละ 6.95 แสดงให้เห็นว่าโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง มีความคุ้มค่าในการลงทุน ในเรื่องระยะเวลาคืนทุน โฮมสเตย์คลองรางจระเข้ ใช้ระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี 8 วัน โฮมสเตย์ไทรน้อย ใช้ระยะเวลาในการคืนทุน 3 ปี 3 เดือน 15 วัน และระยะเวลาในการคืนทุนของโฮมสเตย์เกาะเกิด ใช้ระยะเวลาในการคืนทุนเร็วที่สุด คือ 6 เดือน 9 วัน ซึ่งระยะเวลาคืนทุนค่อนข้างเร็วเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกต่ำแต่ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปีสูงจึงส่งผลให้มีระยะเวลาคืนทุนเร็ว จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งมี

ผลตอบแทนมากกว่าต้นทุน ด้วยเหตุนี้ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนในธุรกิจโฮมสเตย์เป้าหมายจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 3 แห่ง

คำสำคัญ : การรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ ต้นทุนและผลตอบแทน ส่วนประสมทางการตลาด

บทนำ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นอันดับที่ 7 ของประเทศ จึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์อย่างเต็มตัว ส่งผลให้เป็นจังหวัดที่สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และการเดินทางมีความสะดวก (Tourism Authority of Thailand, 2017) ในปี พ.ศ. 2558 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยว อยู่ที่ 1,548,600 ล้านคน และเพิ่มขึ้นเป็น 1,582,905 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2559 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2560 ส่วนใหญ่เป็นชาวไทยร้อยละ 70 และต่างชาติร้อยละ 30 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 13,000 ล้านบาท เป็นอันดับที่ 16 ของประเทศ ระยะเวลาพักค้างคืนเฉลี่ย 2.7 วัน จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่พักค้างคืน และพักค้างคืน เป็นลักษณะการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับจะไม่พักค้างคืนนั่นเอง ดังนั้น การที่จะเพิ่มรายได้หรือจำนวนนักท่องเที่ยว ควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พักค้างคืน หรือกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ได้แก่ ดนตรียามเย็น ถนนคนเดิน เป็นต้น (Ayutthaya Tourism and Sports, 2017)

จากข้อมูลเชิงตัวเลขพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวด้านที่พัก กลับพบว่าสถานที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีเพียงแค่ 3 แห่งเท่านั้น ได้แก่ (1) โฮมสเตย์ไทรน้อย อ.บางบาล (2) โฮมสเตย์เกาะเกิด อ.บางปะอิน และ (3) โฮมสเตย์คลองรางจระเข้ อ.เสนา (Ayutthaya Tourism and Sports, 2017) การดำเนินธุรกิจที่พักไม่ใช่เพียงแต่จะทำขึ้นมาแล้วจะทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักทันที และการที่ผู้ประกอบการจะต้องปรับหรือสร้างสถานที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวก็เป็นปัญหาที่สำคัญโดยเฉพาะในเรื่องของต้นทุนที่ต้องแบกรับเช่นกัน จากการทบทวนงานวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางการเงินของธุรกิจโฮมสเตย์จะอยู่ในเกณฑ์น่าลงทุน เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันมีค่าเป็นบวก และระยะเวลาคืนทุนที่รวดเร็ว ดังนั้นการลงทุนในธุรกิจนี้มีความน่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ จึงเป็นประเด็นหลักที่ผู้วิจัยต้องการที่จะศึกษาเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยจะวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการลงทุนและผลตอบแทนการลงทุนหรือรายได้เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบฐานะทางการเงินของธุรกิจตนเอง ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อต้นทุนและผลตอบแทนเพื่อเป็นการรองรับความเสี่ยงให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจสร้างรายได้ได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่องต้นทุน ผลตอบแทนการลงทุนของธุรกิจโฮมสเตย์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนในธุรกิจโฮมสเตย์ ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการตัดสินใจในการลงทุนและบริการจัดการเรื่องต้นทุนของผู้ประกอบการและมุ่งให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจ โฮมสเตย์รายอื่นผ่านการรับรองมาตรฐานจากกรมการท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งเพื่อให้กรมท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยานำไปเป็นข้อมูลประชาสัมพันธ์ของจังหวัดได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของการลงทุนธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

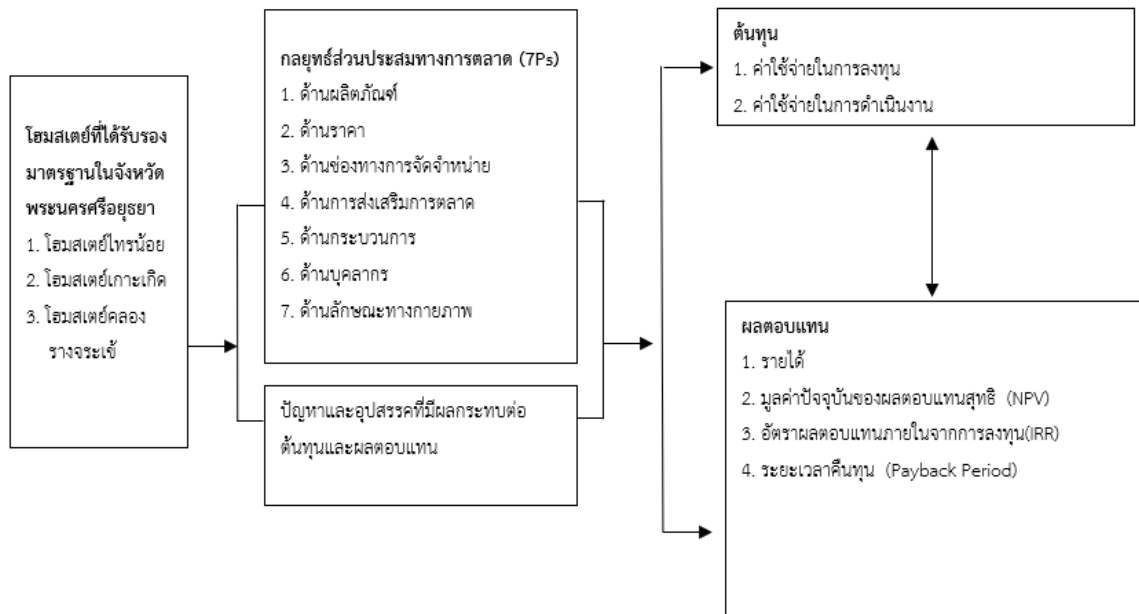
ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตของการวิจัยออกเป็น 3 ส่วนดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านเชิงเนื้อหา ประกอบด้วย
 1. ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ด้านราคา (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านกระบวนการ (6) ด้านบุคลากร (7) ด้านลักษณะทางกายภาพ
 2. ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อต้นทุนและผลตอบแทน
 3. ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุน ประกอบด้วย (1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
 4. ข้อมูลด้านผลตอบแทน ประกอบด้วย (1) รายได้ (2) มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) (3) อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) และ (4) ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)
2. ขอบเขตด้านประชากร ประกอบด้วย
 1. งานวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร คือ เจ้าของหรือตัวแทนธุรกิจโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
 2. งานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ผู้มาใช้บริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. ขอบเขตด้านพื้นที่
ประกอบด้วยโฮมสเตย์ 3 แห่ง คือ (1) โฮมสเตย์ไทรน้อย อำเภอบางบาล (2) โฮมสเตย์เกาะเกิด อำเภอบางปะอิน (3) โฮมสเตย์คลองรางจระเข้ อำเภอสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดการวิจัย จากการทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



นิยามศัพท์

1. โฮมสเตย์ หมายถึง ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักร่วมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน
2. การวิเคราะห์ต้นทุน หมายถึง การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการลงทุน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของโฮมสเตย์
3. ผลตอบแทน หมายถึง ผลตอบแทนจากการลงทุนในธุรกิจโฮมสเตย์ ได้แก่ รายได้ ซึ่งรายได้จากการดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์ คือรายได้จากการให้บริการมี 6 ประเภท คือ 1) รายได้ค่าทำกิจกรรม 2) รายได้ค่าที่พัก 3) รายได้ค่าอาหาร 4) รายได้ค่าห้องประชุม 5) รายได้จากการจำหน่ายสินค้า 6) รายได้จากค่ารถส่วนกลาง
4. ค่าใช้จ่ายในการลงทุน หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการลงทุนเปิดโฮมสเตย์ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการจัดเตรียมห้องพักและบริเวณต่าง ๆ ของโฮมสเตย์ให้เหมาะกับการพักอาศัย รวมถึงอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการทำกิจกรรมระหว่างที่พักที่โฮมสเตย์
5. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน หมายถึง รายจ่ายในการดำเนินงานของโฮมสเตย์ เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าวัตถุดิบในการทำอาหาร ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการทำกิจกรรมในแต่ละครั้ง ค่าซ่อมแซมโฮมสเตย์
6. ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดของผู้ประกอบการโฮมสเตย์หรือส่วนประสมทางการตลาดหรือ 7Ps ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านกระบวนการ 6) ด้านบุคลากร 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ

7. มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) เพื่อให้ทราบว่าธุรกิจโฮมสเตย์มีผลรวมของผลตอบแทนสุทธิที่ได้ปรับค่าเวลาของโครงการแล้ว
8. อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (IRR) เพื่อให้ทราบผลตอบแทนภายในของกิจการ
9. ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) เพื่อให้ทราบระยะเวลาคืนทุนของโครงการ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนทางบัญชี การลงทุนต้องทราบถึง 1) ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Capital Expenditures) เป็นค่าใช้จ่ายในการลงทุนเปิดโฮมสเตย์ 2) ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operation Expenditures) ซึ่งเป็นรายจ่ายในการดำเนินงานของโฮมสเตย์ (Rodwana, P., 2009 : 11-13) และ 3) ต้นทุนผสม (Mixed Cost) หมายถึง ต้นทุนที่มีลักษณะของต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่รวมอยู่ด้วยกัน ดังนั้นต้นทุนจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของปริมาณกิจกรรม มีทั้งที่เป็นและไม่เป็นสัดส่วนกันโดยตรง แบ่งได้ 2 ประเภท คือ 3.1) ต้นทุนกึ่งผันแปร (Semi - Variable Costs : SVC) หมายถึง ต้นทุนที่มีส่วนหนึ่งเป็นต้นทุนคงที่ทุก ระดับของกิจกรรม และมีต้นทุนอีกส่วนหนึ่งเป็นต้นทุนผันแปรไปตามระดับของกิจกรรม เช่น ค่าซ่อม ค่าสาธารณูปโภค ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าเช่าที่มีสัญญาจ่ายขั้นต่ำ เป็นต้น 3.2) ต้นทุนเชิงขั้น (Step Costs) หมายถึง ต้นทุนคงที่ที่มีการเปลี่ยนแปลงในสัดส่วนโดยตรงกับกิจกรรม หากกิจกรรมเปลี่ยน ต้นทุนก็จะเปลี่ยนไปด้วยในลักษณะของขั้นบันได ได้แก่ เงินเดือนผู้ควบคุมคนงาน ค่าจ้างช่างรายวัน ค่าใช้จ่ายในการเตรียมเครื่องจักร ค่าใช้จ่ายในการขนย้ายวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายในการตรวจสอบคุณภาพสินค้า เป็นต้น (Dechruang, S., 2020 : 413-414)

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ เป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมนอกจากแสวงหากำไรและมีต้นทุนเหมือนทางบัญชีแล้ว ยังคำนึงถึงสังคมด้วย เพราะหากใช้ทรัพยากรในโครงการหนึ่ง ๆ นั้น ก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่สังคม และคุ้มค่างบทรัพยากรที่ใช้ไปรวมอยู่ด้วย (Thapphan, Y., 2000 : 4) จัดเป็นต้นทุนไม่ชัดเจนที่ไม่ได้จ่ายออกไปเป็นตัวเงิน ซึ่งต้นทุนไม่ชัดเจน (Implicit Cost) คือ เจ้าของกิจการนำเอาปัจจัยการผลิตส่วนของตนเข้ามาใช้ในกิจการ ยกตัวอย่างเช่น เข้ามาจัดการผลิตด้วยตนเอง นำเงินทุนและสิ่งก่อสร้างของตนเข้ามาใช้ในกิจการ ในกรณีดังกล่าว เจ้าของกิจการจะไม่คิดค่าแรงให้กับตนเอง ไม่มีการจ่ายค่าเช่าสิ่งก่อสร้างที่นำมาใช้และไม่คิดดอกเบี้ยให้กับจำนวนเงินที่นำมาลงทุน เลยดูเหมือนว่ากิจการไม่มีต้นทุนประเภทนี้ในการผลิต แต่โดยแท้ที่จริงแล้ว การผลิตย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าปราศจากสถานที่ตั้ง เงินทุน และผู้ประกอบการ ดังนั้น เราจะต้องถือว่าค่าใช้จ่ายของปัจจัยดังกล่าวเป็นต้นทุนในการผลิตด้วยและเมื่อต้นทุนดังกล่าวเป็นต้นทุนที่ไม่ปรากฏออกมาอย่างแจ้งชัด (Preedasak, P., 2016 : 241-242)

เมื่อมีการจ่ายลงทุน ผู้ลงทุนจะต้องทำการประเมินผลการลงทุนหรือผลตอบแทน โดยจะเปรียบเทียบในส่วนของการรายได้และค่าใช้จ่ายในการทำธุรกิจโฮมสเตย์ โดยรายได้ในการทำธุรกิจโฮมสเตย์ ได้แก่ รายได้ค่าทำกิจกรรม รายได้ค่าที่พัก รายได้ค่าอาหาร รายได้ค่าห้องประชุม และรายได้จากการจำหน่ายสินค้า และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

การประเมินโครงการว่าเหมาะสมกับการลงทุนทำธุรกิจหรือไม่นั้น คำนึงถึงมูลค่าเงินตามเวลา (Time Value of Money) วิเคราะห์ถึงผลตอบแทนจากการลงทุนการทำธุรกิจโฮมสเตย์ เพื่อหาค่าต่าง ๆ ที่จะใช้เป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจลงทุน นำมาแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์จากการประเมินตลอดอายุโครงการ 10 ปี นำมาคิดลดที่อัตราคิดลดร้อยละ 6.95 (อ้างอิงอัตราดอกเบี้ย MLR (Minimum Loan Rate) โดยธนาคารแห่งประเทศไทย โดยใช้มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายในจากการลงทุน (Internal Rate of Return: IRR) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) มาวิเคราะห์เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปตัดสินใจในการลงทุน (Potwatee, S., 2016 : 94-95)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Srichai, N. (2008) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ และเพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ผลการวิจัยพบว่า สถานที่ที่เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ตลาดน้ำอัมพวา อุทยานพระบรมราชานุสรณ์พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และค่ายบางกุ้ง โฮมสเตย์ส่วนใหญ่ในอำเภออัมพวา เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จุดเด่นอยู่ริมน้ำ กิจกรรมที่เป็นจุดเด่นสำหรับนักท่องเที่ยวคือ การชมหิ่งห้อยในเวลากลางคืน และผู้ประกอบการต้องการพัฒนาโฮมสเตย์เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก แนวทางในการพัฒนาโฮมสเตย์ใน 3 ด้าน คือ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว แผนการตลาดและประชาสัมพันธ์ และพัฒนาโฮมสเตย์ให้ได้รับมาตรฐานและยั่งยืน

Purichsuwan, R. (2007) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดในการตัดสินใจเลือกพักแรมแบบโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดในการตัดสินใจเลือกพักแรมแบบโฮมสเตย์ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด โดยต้องการให้สถานที่พักอยู่ใกล้กับถนนสายหลัก และใกล้แหล่งสาธารณูปโภค รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ โดยให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องส้วม ตามด้วยด้านส่งเสริมการตลาด ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ แต่ให้ความสำคัญน้อย คือ ด้านราคา และต้องการให้บ้านพักมีหลายระดับเพราะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกพัก

Karnhanawattana, L., Jabthaisong N., and Poowadin, P. (2012) ศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนและความคุ้มค่าของธุรกิจโฮมสเตย์แบบยั่งยืน ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของจังหวัด

นครราชสีมา จากการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์พบว่าต้นทุนในการดำเนินงานซึ่งประกอบด้วยรายจ่ายการลงทุนและรายจ่ายดำเนินงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคุ้มค่าของการลงทุน

Weingsamut, C., Ammarin, C., Phetkoe, P., Saetang, P., Kraidet, W., and Khunkaew, R. (2016) ทำการศึกษาเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจบังกะโล จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า บังกะโลขนาดเล็กมีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน 3.20 เท่า ระยะเวลาคืนทุน 5 ปี 1 เดือน มีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 141,772.10 บาท/ปี บังกะโลขนาดกลางมีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.26 เท่า ระยะเวลาคืนทุน 19 ปี 6 เดือน มีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 385,454.54 บาท/ปี และบังกะโลขนาดใหญ่จะมีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน 4.73 เท่า ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 9 เดือน มีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 419,277.10 บาท/ปี จากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าธุรกิจบังกะโลจัดเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

Zounta and Micall (2009) ได้ศึกษาการจัดการต้นทุนเป็นพื้นฐานและการตัดสินใจในโรงแรมหรูของกรีซ ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญของที่พักอย่างโรงแรมจำเป็นต้องนำระบบการจัดการควบคุม (management control system) มาใช้ในธุรกิจโรงแรม ซึ่งผู้ประกอบการโรงแรมต้องตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจควรขึ้นอยู่กับเครื่องมือการบัญชีรวมทั้งการคิดต้นทุน การจัดทำงบประมาณและเครื่องมือควบคุมงบประมาณ การระบุต้นทุนแต่ละส่วนเป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ความสามารถในการทำกำไร และสถานะทางการเงินโดยรวมของโรงแรม การใช้ระบบการคิดต้นทุนที่เหมาะสม (การบัญชีต้นทุนรวม การคิดต้นทุนส่วนเพิ่ม การคิดต้นทุนตามกิจกรรมและการคิดต้นทุนมาตรฐาน) จะส่งผลให้สามารถระบุต้นทุนและความสามารถในการทำกำไรของหน่วยโรงแรมได้อย่างเหมาะสม

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ต้นทุน รายได้ การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน เป็นข้อมูลที่สำคัญหากลงทุนทำธุรกิจ ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ จะทำให้ผู้ประกอบการทราบพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งล้วนเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจ จากการศึกษางานวิจัยพบว่ายังไม่มีงานวิจัยที่จะศึกษาทั้งทางด้านต้นทุน ผลตอบแทนและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจโฮมสเตย์รวมอยู่ด้วยกัน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลใช้เป็นแนวทางในการวางแผนในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าหากได้มีการศึกษาในเรื่องนี้ จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ได้มองเห็นภาพรวมของการทำธุรกิจทั้งส่วนของผู้ประกอบการเองและผู้มาใช้บริการซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัย ได้ดำเนินการวิจัยแบบผสม คือเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัย แยกกลุ่มประชากรและตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ
 - 1) เจ้าของหรือตัวแทนธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย คือ โฮมสเตย์ไทรน้อย โฮมสเตย์เกาะเกิด โฮมสเตย์คลองรางจระเข้ โดยเก็บข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทน

จากการลงทุนซึ่งใช้วิธีการสัมภาษณ์ 2) ผู้มาใช้บริการของโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง จำนวน 415 คน โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในเรื่องข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ด้านกระบวนการ 6) ด้านบุคลากร 7) ด้านลักษณะทางกายภาพ และปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อต้นทุนและผลตอบแทน

ขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนั้นจึงเก็บตามจำนวนผู้มาใช้บริการจริง 415 คน

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในการเก็บข้อมูล มี 2 เครื่องมือ คือ 1) แบบสอบถาม และ 2) แบบสัมภาษณ์ด้านต้นทุนและด้านผลตอบแทนในการลงทุนของธุรกิจโฮมสเตย์

3. วิธีการใช้ทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ ทดสอบความเที่ยงตรงจากดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (IOC) และหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือของ Cronbach's Alpha โดย try out จำนวน 30 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การใช้บริการโฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแบบสอบถามเท่ากับ 0.9128 และแบบสัมภาษณ์เท่ากับ 0.7492

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วนคือ 1) แจกแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 3 แห่ง ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับโดยตรวจสอบความครบถ้วนทุกข้อคำถามจึงจะถือว่าแบบสอบถามนั้นสมบูรณ์ จนได้ครบตามจำนวน 415 ชุด นำมาศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อต้นทุนและผลตอบแทน และ 2) การสัมภาษณ์เจ้าของ ตัวแทน และสมาชิก ธุรกิจโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ทุกคน จำนวน 24 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) นำมาวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนการลงทุน

สรุปผลการวิจัย

1) กลุ่มธุรกิจส่วนประสมทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่แสดงลำดับความสำคัญในแต่ละด้าน

โฮม สเตย์	Product		Price		Place		Promotion		People		Physical Evidence		Process		รวมเฉลี่ย	
	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.
ไทรน้อย	4.27 (2)	0.70	4.12 (3)	0.56	3.83 (5)	0.69	3.75 (7)	0.77	4.38 (1)	0.64	4.10 (4)	0.57	3.80 (6)	0.82	4.04	0.79
เกาะเกิด	4.09 (2)	0.81	4.07 (3)	0.76	4.01 (4)	0.79	3.89 (7)	0.80	4.22 (1)	0.71	4.01 (5)	0.79	3.90 (6)	0.86	4.03	0.79
คลอง ราง จะเข้	4.15 (2)	0.78	4.15 (3)	0.99	3.72 (5)	0.60	3.53 (7)	0.63	4.35 (1)	0.79	4.05 (4)	0.83	3.54 (6)	0.66	3.93	0.75
ค่าเฉลี่ย	4.17	0.76	4.11	0.77	3.85	0.69	3.72	0.73	4.32	0.71	4.05	0.73	3.75	0.78	4.00	0.78

*****ตัวเลขใน () ใช้เพื่อแสดงลำดับของความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของโฮมสเตย์แต่ละแห่ง**

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการให้บริการของโฮมสเตย์ 3 อันดับแรก ในส่วนของโฮมสเตย์ไทรน้อย อันดับแรก คือด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) ค่าเฉลี่ย 4.38 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ค่าเฉลี่ย 4.27 และด้านราคา (Price) ค่าเฉลี่ย 4.12 ตามลำดับ โฮมสเตย์เกาะเกิด อันดับแรกด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) ค่าเฉลี่ย 4.22 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ค่าเฉลี่ย 4.09 และด้านราคา (Price) ค่าเฉลี่ย 4.07 ตามลำดับ ในส่วนของโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) ค่าเฉลี่ย 4.35 ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านราคา (Price) ค่าเฉลี่ยเท่ากัน 4.15 ด้านกายภาพ (Physical Evidence) ค่าเฉลี่ย 4.05 ตามลำดับ ซึ่งจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการนักท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ดังกล่าว ผู้วิจัยมองเป็นจุดแข็งในเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการให้บริการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง

สำหรับส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ทั้ง 7 ด้าน คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ด้านราคา (Price) 3) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (People) 6) ด้านกายภาพ (Physical Evidence) และ 7) ด้านกระบวนการ (Process) ค่า S.D. มีค่าน้อยกว่า 1.25 แสดงว่ามีความแตกต่างกันน้อยหรือมีค่าใกล้เคียงกัน

ปัญหาและอุปสรรคจากการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการให้บริการนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยผู้วิจัยมองเป็นจุดอ่อนที่ควรพัฒนาเนื่องจากเป็นผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ พบว่า โฮมสเตย์ไทรน้อย มีจุดอ่อนด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.75 โฮมสเตย์เกาะเกิด จุดอ่อนมีในด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.98 และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ จุดอ่อนด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.53

2) ด้านผลการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจโฮมสเตย์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.1 ต้นทุนของการลงทุนธุรกิจโฮมสเตย์

ต้นทุนของโฮมสเตย์ที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่ง ออกเป็น 2 ส่วนคือ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และค่าใช้จ่ายในการลงทุน

1) ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (Investment Cost) ของโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งคือโฮมสเตย์ไทรน้อย โฮมสเตย์เกาะเกิด และโฮมสเตย์คลองจระเข้ โฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งจะมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนประกอบไปด้วย 1) ค่าก่อสร้าง 2) เฟอร์นิเจอร์ เครื่องประดับตกแต่งและอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ และ 3) ค่าใช้จ่ายในด้านการติดตั้งระบบไฟฟ้าและประปา โดยโฮมสเตย์ไทรน้อยจะมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูงสุดเป็นอันดับ 1 จำนวนเงินลงทุน 5,341,722 บาท โฮมสเตย์คลองรางจระเข้มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเป็นอันดับ 2 จำนวนเงินลงทุน 859,780 บาท และโฮมสเตย์เกาะเกิดมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเป็นอันดับ 3 มีจำนวนเงินลงทุน 309,380 บาท

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่า ค่าก่อสร้าง เป็นค่าใช้จ่ายในการลงทุนที่โฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งจะต้องมี ซึ่งจะประกอบไปด้วยค่าก่อสร้าง ค่าก่อสร้างห้องน้ำ ค่าก่อสร้างห้องพัก ค่าก่อสร้างห้องรับแขก ค่าก่อสร้างห้องครัวและมุมพักผ่อน เป็นที่น่าสังเกตว่าโฮมสเตย์เกาะเกิดจะมีค่าใช้จ่ายในการลงทุนเฉพาะค่าก่อสร้างเท่านั้น โดยจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารโฮมสเตย์เกาะเกิดและสมาชิกโฮมสเตย์ เกาะเกิดมีแนวคิดที่จะนำบ้านของตนเองมาทำเป็นโฮมสเตย์ ซึ่งไม่มีการสร้างขึ้นมาใหม่ เพื่อเป็นที่พักแต่จะมีการต่อเติมในส่วน of ห้องน้ำ ห้องพัก ห้องรับแขก ห้องครัวและมุมพักผ่อนจากเดิมขึ้นมาบ้างเท่านั้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพัก เพราะต้องการให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกว่าได้มาพักบ้านตนเองและเจ้าของบ้านโฮมสเตย์ก็มีความรู้สึกว่าการท่องเที่ยวที่มากับครอบครัวเปรียบเสมือนญาติมาพักอยู่ด้วยกัน จึงไม่ได้แยกส่วนเป็นของแขกและของเจ้าบ้านแต่อย่างใด ทำให้มีค่าใช้จ่ายเฉพาะที่เป็นค่าก่อสร้างเท่านั้น สำหรับเฟอร์นิเจอร์ เครื่องประดับตกแต่งและอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการติดตั้งระบบไฟฟ้าและประปา นั้น จะไม่มีการก่อสร้างเพิ่มเติมแต่อย่างใด

2) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ของโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งจะประกอบไปด้วย ค่ามัคคุเทศก์ / ค่าวิทยากรประจำฐาน / ค่าแม่ครัว / ค่าวิทยากรบรรยาย / ค่าจ้างพนักงานขาย / ค่าจ้างคนขับรถ ค่าจ้างคนขับเรือ / ค่าจ้างแม่บ้านทำความสะอาด / ค่าจ้างพนักงานเสิร์ฟ / ค่าวัตถุดิบ / ค่าซ่อมแซม / ค่าน้ำ / ค่าไฟ / ค่าวัสดุสิ้นเปลือง / ค่าซักผ้าปูที่นอน / ค่าแก๊ส / ค่าแก๊วน้ำ / ค่าหลอด / ค่าอาหารเบรก / ต้นทุนสินค้า / ค่าขนส่ง / ค่าน้ำมันรถ / ค่าน้ำมันเรือ และค่าน้ำมันรถไปซื้อของ โดยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานจากการเก็บข้อมูลในปี พ.ศ. 2560 และปี พ.ศ. 2561

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2560 โฮมสเตย์เกาะเกิดมีค่าใช้จ่ายสูงสุด คือ 390,833 บาท รองลงมาโฮมสเตย์ไทรน้อย 318,212 บาท และโฮมคลองรางจระเข้ 62,300 บาท ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2561 โฮมสเตย์เกาะเกิดมีค่าใช้จ่ายสูงสุด คือ 1,160,472 บาท รองลงมาโฮมสเตย์ไทรน้อย 889,857 บาท และโฮมคลองรางจระเข้ 51,300 บาท ตามลำดับ

2.2 ผลตอบแทนในการดำเนินงานของธุรกิจโฮมสเตย์

รายได้ผลตอบแทนในการดำเนินงานของธุรกิจโฮมสเตย์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้ง 3 แห่งจะประกอบไปด้วยลำดับที่ 1 รายได้ค่าทำกิจกรรม ค่าฐาน ค่านำชมกิจกรรม ค่าเช่าจักรยาน ลำดับที่ 2 รายได้ค่าที่พัก ลำดับที่ 3 รายได้ค่าอาหาร ลำดับที่ 4 รายได้ค่าห้องประชุม ลำดับที่ 5 รายได้จากการจำหน่ายสินค้า และลำดับที่ 6 รายได้จากค่าธรรมเนียมกลางและค่าเช่าเรือ แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลตอบแทนในการดำเนินงานของธุรกิจโฮมสเตย์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลำดับ ที่	โฮมสเตย์ไทรน้อย			โฮมสเตย์เกาะเกิด			โฮมสเตย์คลองรางจระเข้		
	ปี 2560	ปี 2561	เปลี่ยน แปลง (ร้อยละ)	ปี 2560	ปี 2561	เปลี่ยน แปลง (ร้อยละ)	ปี 2560	ปี 2561	เปลี่ยน แปลง (ร้อยละ)
1	65,360	131,470	+101.15	50,263	203,347	+304.57	78,765	68,410	-13.15
2	107,430	376,150	+250.13	139,700	451,047	+222.87	78,800	70,800	-10.15
3	225,603	743,260	+229.45	362,320	940,402	+159.55	78,830	102,035	+29.44
4	8,000	110,000	0	35,266	140,843	+299.37	0	0	0
5	116,910	163,612	+1,275	25,150	51,460	+104.61	0	0	0
6	0	3,500	0	33,536	121,760	+263.07	35,200	42,605	21.04
รวม	523,303	1,527,992	+191.99	646,235	1,908,859	+195.38	271,595	283,850	+4.51

ที่มา : จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 2 พบว่าเมื่อเปรียบเทียบผลตอบแทนระหว่างปี พ.ศ. 2560 และปี พ.ศ. 2561 พบว่า โฮมสเตย์ไทรน้อยมีผลตอบแทนเพิ่มขึ้น 1,004,689 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 191.99 โฮมสเตย์เกาะเกิดมีผลตอบแทนเพิ่มขึ้น 1,262,624 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 195.38 และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ผลตอบแทนเมื่อขึ้น 12,255 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.51 และเมื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนในการดำเนินงานของธุรกิจโฮมสเตย์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2560 และปี พ.ศ. 2561 ผลตอบแทนเพิ่มขึ้น เป็น 1,829,568 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 158.18

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนในธุรกิจโฮมสเตย์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กรณีศึกษา	ต้นทุน		ผลตอบแทนการลงทุน			
	ค่าใช้จ่ายในการลงทุน (บาท)	ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (บาท)	รายได้ (บาท)	NPV (บาท)	IRR (ร้อยละ)	Payback Period (ปี)
โฮมสเตย์ไทรน้อย	5,341,722	571,645	1,004,689	27,364,695.08	46.88	3 ปี 3 เดือน 15 วัน
โฮมสเตย์เกาะเกิด	309,380	769,639	1,262,624	40,542,413.99	329.64	6 เดือน 9 วัน
โฮมสเตย์คลองรางจระเข้	859,780	-11,000	12,255	1,471,287.22	33.66	3 ปี 8 วัน

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 3 พบว่าการวิเคราะห์ทางการเงินของธุรกิจโฮมสเตย์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 3 แห่ง มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) แสดงให้เห็นว่าการลงทุนธุรกิจโฮมสเตย์ให้ผลประโยชน์จากการใช้เงินทุนแล้ว ยังพบว่า โฮมสเตย์ไทรน้อยยังได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นอีก เป็นจำนวนเงิน 27,364,695.08 บาท โฮมสเตย์เกาะเกิดยังได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนเงิน 40,542,413.99 บาท และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ยังได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนเงิน 1,471,287.22 บาท การลงทุนที่ให้ค่า NPV มากกว่า 0 แสดงว่า การลงทุนของธุรกิจโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง มีอัตราผลตอบแทนที่อยู่ในระดับสูงคุ้มค่าต่อการลงทุน

อัตราผลตอบแทนภายในของกิจการ (IRR) พบว่าโฮมสเตย์ไทรน้อย มีค่าเท่ากับ 46.88 โฮมสเตย์เกาะเกิด มีค่าเท่ากับ 329.64 และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้มีค่าเท่ากับ 33.66 ซึ่งจากการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายในของโฮมสเตย์ทั้ง 3 มีความคุ้มค่าในการลงทุน

ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) พบว่า โฮมสเตย์ไทรน้อย มีระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 3 เดือน 16 วัน โฮมสเตย์เกาะเกิด ระยะเวลาคืนทุน 6 เดือน 9 วัน ซึ่งระยะเวลาคืนทุนค่อนข้างเร็วเนื่องจากค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกต่ำแต่ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี สูงจึงส่งผลให้มีระยะเวลาคืนทุนเร็ว และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ ระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 8 วัน ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูล ระยะเวลาคืนทุน จะได้คืนทุนระหว่าง 6 เดือนถึง 3 ปี 4 เดือน ซึ่งถือว่าโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนค่อนข้างไวในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 3 ยังแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้ง 3 แห่ง ซึ่งต้นทุนคือค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสูงจะสัมพันธ์กับผลตอบแทนในการลงทุนคือ รายได้ NPV และ IRR สูงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งอันดับแรกคือโฮมสเตย์เกาะเกิด รองลงมาคือโฮมสเตย์ไทรน้อย และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ ตามลำดับ ดังนั้นจึงส่งผลให้ระยะเวลาคืนทุนโฮมสเตย์เกาะเกิดจะมีระยะเวลาคืนทุนเร็ว เป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ ตามด้วยโฮมสเตย์ไทรน้อย จากผลจากสัมภาษณ์ในการเก็บข้อมูลทำให้ทราบว่าโฮมสเตย์เกาะเกิดและโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ จะมีค่าใช้จ่ายลงทุนค่อนข้างต่ำกว่าโฮมสเตย์ไทรน้อย เนื่องจากจะใช้ทรัพย์สินที่มีอยู่เดิมมากกว่าที่จะปรับปรุงก่อสร้างเพิ่มเติมนั่นเอง

อภิปรายผล

1. ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจโฮมสเตย์

ผู้วิจัยพบว่า ความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการโฮมสเตย์มากที่สุดของโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งคือ 1) ด้านบุคลากร (People) 2) ด้านของผลิตภัณฑ์ (Product) 3) ด้านราคา (Price) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Srichai, N. (2008) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าจุดเด่นของโฮมสเตย์จะเป็นในเรื่องบ้านพักที่อยู่ริมน้ำ (Product) มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ มีกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ มีกิจกรรมมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน

มีการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการมีความเป็นมิตร (People) และโฮมสเตย์มีราคา (Price) ถูกกว่าที่พักในโรงแรม ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในการตัดสินใจเลือกพักของนักท่องเที่ยวจะตรงกับงานวิจัยของโฮมสเตย์ไทรน้อย โฮมสเตย์เกาะเกิด โฮมสเตย์คลองรางจระเข้ ที่ผู้มาใช้บริการมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านบุคลากร (People) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านราคา (Price) ซึ่งทั้ง 3 ด้านนี้หากทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแล้วจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลับมาพักที่โฮมสเตย์อีกในอนาคตซึ่งจะส่งผลให้โฮมสเตย์มีรายได้เพิ่มขึ้นในอนาคตเช่นกัน และในเรื่องของความพึงพอใจน้อยที่สุด 3 อันดับหรือจุดอ่อนที่อาจส่งผลเป็นปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจโฮมสเตย์ ของโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งคือ 1) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) 2) ด้านกระบวนการ (Process) 3.ช่องทางการจำหน่าย (Place) และด้านกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Srichai, N. (2008) ที่เป็นในเรื่องของกระบวนการ (Process) ความพร้อมในเรื่องการบริการซึ่งทางผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ต้องนำข้อมูลไปวางแผนและแก้ไขในส่วนนี้เพื่อให้ไม่เป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการประกอบธุรกิจ

นอกจากนี้ผลวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Purichsuwan, R. (2007) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านการตลาดในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมแบบโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา วัดอุปประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดในการตัดสินใจเลือกพักโรงแรมแบบโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา โดยผลจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มากที่สุด โดยต้องการให้สถานที่พักอยู่ใกล้กับถนนสายหลัก และใกล้แหล่งสาธารณูปโภค รองลงมาคือ ด้านสินค้าและบริการ (Product) โดยให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องน้ำ/ห้องส้วม อันดับที่สาม คือ ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ซึ่งในส่วนที่เป็นในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เป็นจุดอ่อนของโฮมสเตย์ไทรน้อย โฮมสเตย์เกาะเกิด และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ นั้น อาจส่งผลเป็นเป็นปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจโฮมสเตย์ได้ เพราะผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับส่วนของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นโฮมสเตย์ไทรน้อย โฮมสเตย์เกาะเกิด และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ ควรให้ความสำคัญในเรื่องของการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หากโฮมสเตย์โฮมสเตย์ไทรน้อย โฮมสเตย์เกาะเกิด โฮมสเตย์คลองรางจระเข้ นำข้อมูลมาวางแผนและแก้ไขในเรื่อง การส่งเสริมการตลาด (Promotion) อาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาพักมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้นในอนาคตได้เช่นกัน

2. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนธุรกิจโฮมสเตย์

จากผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Karnhanawattana et al. (2016) ทำการศึกษาการวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทนและความคุ้มค่าของธุรกิจโฮมสเตย์แบบยั่งยืน ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงของจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าการศึกษาต้นทุน ผลตอบแทนและความคุ้มค่าของการลงทุนในธุรกิจโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งพบว่า ให้ความสำคัญสูงสุดเกี่ยวกับการมีอัตราค่าในการต้อนรับลูกค้าสุภาพเป็นกันเอง เน้นมาตรฐานคุณภาพและมีเครือข่ายในการบริการที่มีคุณภาพ ในด้านกลยุทธ์เกี่ยวกับผลกำไร

ทั้ง 3 แห่งไม่มุ่งหวังผลกำไร โดยเน้นความสำคัญเกี่ยวกับการมีเงินทุนหมุนเวียน การวางแผนการลงทุนแบบมุ่งเน้นลดต้นทุน ซึ่งตรงกับ โฮมสเตย์ไทรน้อย โฮมสเตย์ เกาะเกิด และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร แต่เน้นให้ความสำคัญให้คนในชุมชนมีรายได้จากการทำงานประจำ และรักษาวิถีชีวิตของชุมชนให้ยังคงอยู่ต่อไป

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Weingsamut et al. (2016) ที่ทำการศึกษาเรื่องต้นทุนและผลตอบแทนของธุรกิจบังกะโล จังหวัดนครศรีธรรมราช จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจมีการจำแนกต้นทุนออกเป็นสองส่วนคือ หนึ่งต้นทุนจากการลงทุนเริ่มแรก และสองต้นทุนในการดำเนินงาน โดยจากการรับรู้ต้นทุนต่ำกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง การวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนของธุรกิจบังกะโล พบว่าบังกะโลขนาดเล็กมีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน 3.20 เท่า ระยะเวลาคืนทุน 5 ปี 1 เดือน บังกะโลขนาดกลางมีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน 1.26 เท่า ระยะเวลาคืนทุน 19 ปี 6 เดือน มี และบังกะโลขนาดใหญ่จะมีอัตราส่วนผลตอบแทนต่อต้นทุน 4.73 เท่า ระยะเวลาคืนทุน 1 ปี 9 เดือน จากการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงินดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าธุรกิจบังกะโลจัดเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยของโฮมสเตย์ไทรน้อย โฮมสเตย์เกาะเกิด โฮมสเตย์คลองรางจระเข้ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยการจำแนกต้นทุนออกเป็นสองส่วนคือ ค่าใช้จ่ายในการลงทุน หรือ ต้นทุนจากการลงทุนเริ่มแรก และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน หรือต้นทุนในการดำเนินงาน นั้นผลการศึกษาเปรียบเทียบรายได้ปี พ.ศ. 2560 และปี พ.ศ. 2561 มีรายได้ที่เพิ่มขึ้น มูลค่าปัจจุบันของผลตอบแทนสุทธิ (NPV) ของโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง โดยผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า การลงทุนธุรกิจโฮมสเตย์ให้ผลประโยชน์จากการใช้เงินทุนหรืออัตราดอกเบี้ยเท่ากับร้อยละ 6.95 แล้วนอกจากนี้โฮมสเตย์ไทรน้อยยังได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นอีก เป็นจำนวนเงิน 27,364,695.08 บาท โฮมสเตย์เกาะเกิดยังได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนเงิน 40,542,413.99 บาท และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ยังได้รับผลตอบแทนเพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนเงิน 1,471,287.22 บาท ซึ่ง แสดงให้เห็นว่า การลงทุนของธุรกิจโฮมสเตย์ มีอัตราผลตอบแทนที่อยู่ในระดับสูง คุ้มค่าต่อการลงทุน อัตราผลตอบแทนภายในของกิจการ (IRR) ของโฮมสเตย์ไทรน้อย มีค่าเท่ากับ 46.88 โฮมสเตย์เกาะเกิด มีค่าเท่ากับ 329.64 และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้มีค่าเท่ากับ 33.66 ซึ่งจากการวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายในของโฮมสเตย์มีความคุ้มค่าในการลงทุนเช่นกัน ในส่วนของระยะเวลาคืนทุนของโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ระยะเวลาคืนทุนของโฮมสเตย์ไทรน้อย 3 ปี 3 เดือน 16 วัน โฮมสเตย์เกาะเกิดระยะเวลาคืนทุน 6 เดือน 9 วัน และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ระยะเวลาคืนทุน 3 ปี 8 วัน ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลระยะเวลาคืนทุน จะได้คืนทุนระหว่าง 6 เดือนถึง 3 ปี 4 เดือน ซึ่งถือว่าโครงการที่มีระยะเวลาคืนทุนค่อนข้างไวในการดำเนินธุรกิจ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจโฮมสเตย์จัดเป็นธุรกิจที่มีความคุ้มค่าต่อการลงทุนซึ่งมีข้อสังเกตพบว่าโฮมสเตย์เกาะเกิดใช้สถานที่พักของคนในชุมชนมาทำเป็นโฮมสเตย์ ไม่มีการลงทุนเพิ่มเติมจากที่อยู่อาศัยเดิม จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกค่อนข้างน้อยมาก ส่งผลให้ต้นทุนต่ำ มีค่า NPV สูง และระยะเวลาคืนทุนเร็ว

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zounta and Micall (2009) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการ ต้นทุนเป็นพื้นฐานและการตัดสินใจในโรงแรมหรูของกรีก ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญของการ จัดการธุรกิจโรงแรมโดยการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่ ผู้ทำวิจัยทำคือ การกำหนด 7Ps ของธุรกิจโฮมสเตย์ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์วางแผนทางการตลาดที่เหมาะสมกับ ธุรกิจบริการโฮมสเตย์ และงานวิจัยที่ได้ศึกษายังให้ความสำคัญกับเครื่องมือทางบัญชีบริหารในการคิด ต้นทุนการจัดทำงบประมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลประสิทธิภาพในการทำกำไร และสถานะทางการเงิน โดยรวมของโรงแรมให้ใช้ระบบต้นทุนที่เหมาะสม ซึ่งผู้ทำวิจัยได้นำแนวคิดนี้มาวิเคราะห์จำแนกต้นทุนคงที่ และต้นทุนผันแปรเพื่อคำนวณหาต้นทุนที่เหมาะสมของธุรกิจโฮมสเตย์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากการวิจัยพบว่าโฮมสเตย์เกาะเกิดได้ใช้สถานที่พักของคนในชุมชนมาทำเป็นโฮมสเตย์ ไม่มี การลงทุนเพิ่มเติมจากที่อยู่อาศัยเดิม จึงทำให้ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเริ่มแรกค่อนข้างน้อยมาก ส่งผลให้ ต้นทุนต่ำ มีค่า NPV สูง และระยะเวลาคืนทุนเร็ว สามารถนำต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนไปใช้เป็น แนวทางในการลดต้นทุนในการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์เพื่อวางแผนทางด้านผลตอบแทนที่มากขึ้นได้
2. ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ไทรน้อย โฮมสเตย์เกาะเกิด และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ สามารถนำผลการศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดไปวางแผนในการดำเนินธุรกิจให้ ผู้มาใช้บริการ เกิดความพึงพอใจมากขึ้น รวมทั้งนำข้อมูลในเรื่องจุดอ่อนหรือปัญหาและอุปสรรคในเรื่องของการส่งเสริม การตลาด (Promotion) ไปวางแผนเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการมาใช้บริการมากขึ้น
3. การทำธุรกิจโฮมสเตย์ให้มีความยั่งยืน (Sustainability of the Homestay) ควรมีสิ่งสำคัญ ด้วยกัน 3 ส่วน คือ 1) ประชาชนและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากโฮมสเตย์อื่น มี กิจกรรมที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น เป็นการสร้างจุดขายให้กับโฮมสเตย์ 2) ความร่วมมือของคน ในชุมชนและธุรกิจใกล้เคียง เพื่อกระจายรายได้ให้คนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง และ 3) การ ประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยผ่านสื่อหรือช่องทางต่าง ๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
4. ศึกษาเปรียบเทียบต้นทุน และผลตอบแทน โดยใช้เครื่องมือมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) และระยะเวลาในการคืนทุน (Pay Back Period) กับโฮมสเตย์ในจังหวัดอื่น ๆ เช่น จังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสิงห์บุรี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ในการทำวิจัยในเรื่องการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุน ควรจัดเก็บในส่วนของ รายได้และค่าใช้จ่ายในการลงทุน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเป็นรายครัวเรือน เพื่อจะได้สามารถวิเคราะห์ ต้นทุนและผลตอบแทนการลงทุนเป็นรายครัวเรือนได้

2. ควรศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนของโฮมสเตย์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. ควรศึกษาการดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

References

- Ayutthaya Tourism and Sports. (2017). *Number and Income of Tourists in 2016*. (online). Retrieved 19 December 2018 from https://ayutthaya.mots.go.th/more_graph.php. (in Thai)
- Chamnongrassamee, S., Kiratipongpaiboon, T., & Chumpanya, K. (2015). Thai Tourism Generates Income Thoroughly. *Economic and Social Journal*, 52 (1), 10-16. (in Thai)
- Chinpaisan, T. (2013). *Business Finance* (29th ed.). Bangkok: Thanathud Press (in Thai)
- Dechruang, S. (2020). *Finance and Accounting for Hospitality Business*. Dusit Thani College. (in Thai)
- Department of Tourism, Ministry of Tourism and Sports. (2012). *Thailand Homestay Standard*. Bangkok: Chula Press. (in Thai)
- Euajiraphongphan, S., & Rojkurisathien, S. (2009). *Primary Accounting*. Bangkok: Publisher McGraw-Hill Printing. (in Thai)
- Hair, J.F., Black, W. C, Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariable Data Analysis: a Global Perspective* (7th ed.). New York: Pearson Education.
- Karnhanawattana, L., Jabthaisong N., & Poowadin, P. (2012). *The Analysis of Cost Benefit and Worthiness of Sustainable Home Stay Business Follow by the Economic Sufficiency Idea of Nakhonratchasima Province*. Business Administration. Rajamangala University of Technology Isan. (in Thai)
- Kasetsiri, C. (1997). *Thai Way: Cultural Tourism*. Bangkok: Withithat. (in Thai)
- Potwatee, S. (2016). *Business Finance* (2nd ed.). Bangkok: Top Publishing Co., Ltd. (in Thai)
- Preedasak, P. (2016). *Principles of Microeconomics* (4th ed.). Bangkok: Thammasat University Press. (in Thai)
- Purichsuwan, R. (2007). *Marketing Factors to Determination Customers Selection of Accommodation Home Stay in Nakhonratchasima*. Master of Business Administration. Rajamangala University of Technology Isan. (in Thai)
- Rodwanna, P. (2009). *Cost Accounting Principles and Processes*. Bangkok: Chula Press. (in Thai)

- Srichai, N. (2008). *Tourists Satisfaction with Services for Homestay Tourism in Amphawa District Samutsongkhram Province*. Master Thesis, M.S. (Planning and Management Ecotourism). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. (in Thai)
- Suntornsaratul, P. (2009). *The Msrketing Mix Factors Affecting Customers Decisions on Choosing Baan Pai Village Resort, Pai District, Maehongson*. Master of Business Administration. Chandrakasem Rajabhat University. (in Thai)
- Thapphan, Y. (2000). *Project Evaluation according to Economic Guidelines* (2nd ed.). Bangkok: Thammasat University Press. (in Thai)
- Wanichbancha, K. (2006). *Statistics for Research* (2nd ed.). Bangkok: Chula Press. (in Thai)
- Weingsamut, C., Ammarin, C., Phetkoe, P., Saetang, P., Kraidet, W., & Khunkaew, R. (2016). *Cost and Return of Bungalow Businesses in Nakorn Si Tammarat*. Faculty of Liberal Arts and Management Sciences Prince of Songkla University, Surat Thani Campus. (in Thai)
- Zounta, S., & Bekiaris, M. G. (2009). Cost-based management and decision making in Greek luxury hotels, 205-225.



Sarika Nonthasorn, M. Econ, Ramkhamhaeng University,
Lecturer of Business Administration, Faculty of Hospitality Industry,
Dusit Thani College.



Saranya Sritongmas, MBA, Southeast Asia University,
Lecturer of Business Administration, Faculty of Hospitality Industry,
Dusit Thani College.