

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย เรื่องแผนกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจบ้านพักตากอากาศ : กรณีศึกษากองบ้านพักตากอากาศแสงเดือน จังหวัดเพชรบุรี เพื่อตรวจสอบสภาพและปัญหาของธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน จังหวัดเพชรบุรี และเพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน จังหวัดเพชรบุรี โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างใช้การศึกษาจากจำนวนผู้ใช้บริการบ้านพักตากอากาศแสงเดือนในช่วงเดือนเมษายนถึงตุลาคม พ.ศ. 2548 โดยการใช้แบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ซึ่งได้กำหนดขอบเขตการวิจัยเฉพาะบ้านพักตากอากาศแสงเดือน อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ในส่วนของการสร้างแผนกลยุทธ์ธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือนใช้เทคนิคการวิเคราะห์สวอท (SWOT Analysis) ประกอบด้วยการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ในการศึกษาสภาพและปัญหาของธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน โดยทำการศึกษาในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ.2548 เพื่อนำผลที่ได้จากเทคนิคการวิเคราะห์สวอท (SWOT Analysis) มาเป็นข้อมูลสำหรับจัดทำแผนกลยุทธ์ธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

จากสำรวจสภาพและปัญหาของธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน สามารถสรุปผลการสำรวจได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40 โดยที่กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 40 คน ซึ่งเป็นตัวแทนของผู้เข้าใช้บริการบ้านพักตากอากาศ ในรอบปี 2548 ตั้งแต่เดือนเมษายนถึงตุลาคมทั้งสิ้นประมาณ 366 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 21 - 30 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และ 41 - 50 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25 กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากที่สุด คือ 51 ปี มีจำนวน 1 คน

1.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดในชั้นปริญญาตรี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาอยู่ในระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ

1.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาประกอบอาชีพรับราชการ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 ส่วนที่เหลือประกอบอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 9 คน เกษตรกร จำนวน 3 คนและอื่นๆ จำนวน 1 คน

1.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30 มีจำนวน 12 คน รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และ ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20 นอกนั้นมีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 3 คน 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 5 คน และ 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 4 คน

1.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมามีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกและตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ทั้งสองภาค นอกนั้นมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือและภาคใต้ จำนวนภาคละ 1 คน

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมายังอำเภอชะอำของกลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางมายังอำเภอชะอำ คือ การท่องเที่ยวพักผ่อนจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือการมาศึกษาหาความรู้ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

2.2 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตั้งใจมาแวะท่องเที่ยวที่ชายหาดชะอำ มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 82.5 รองลงมาคือตั้งใจมาท่องเที่ยวที่พระราชวังสนามจันทร์อุทยานวัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

2.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้เวลาว่างช่วงวันหยุดตามเทศกาลมาพักผ่อนท่องเที่ยว จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมา มักใช้เวลาว่างช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์มาพักผ่อนท่องเที่ยวจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5

2.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 รองลงมาคือเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15 นอกจากนี้ยังเดินทางโดยรถไฟ จำนวน 2 คน และรถเช่าเหมา จำนวน 1 คน

2.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวมากับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 70 (28) รองลงมาคือมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 27.5 (11) โดยจำนวนของสมาชิกที่มาพักด้วยกัน มีจำนวนสูงสุด คือ 30 คน และต่ำสุดคือ 1 คน

2.6 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับของความพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวมาก คิดเป็นร้อยละ 70 มีจำนวนทั้งสิ้น 28 คน รองลงมา มีระดับของความพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.5 มีจำนวนทั้งสิ้น 11 คน มีจำนวน 1 คน ที่มีความพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด

2.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ 57.5 มีจำนวนทั้งสิ้น 23 คน รองลงมายังไม่แน่ใจว่าจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก คิดเป็นร้อยละ 42.5 มีจำนวนทั้งสิ้น 17 คน

3. เกี่ยวกับบ้านพักตากอากาศ

3.1 การเข้าถึงข้อมูลของการให้บริการบ้านพักตากอากาศของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ได้รับจากคำบอกเล่า มีจำนวน 24 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาได้รับข้อมูลจากเอกสารประชาสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 20 มีจำนวน 8 คน นอกจากนี้แล้วยังได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว จำนวน 2 คน และจากแหล่งอื่นๆ จำนวน 2 คน

3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการบ้านพักตากอากาศของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่คือราคาและสภาพแวดล้อมและบรรยากาศ คิดเป็นร้อยละ 40 มีจำนวน 16 คน ทั้งสองปัจจัย รองลงมาคือ ความสวยงามของชายหาด มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15 นอกนั้นเป็นเรื่องของการคมนาคมและอื่นๆ มีจำนวน 2 คน

3.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของบ้านพักตากอากาศ แสงเดือนในระดับพอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 47.5 มีจำนวน 19 คน รองลงมามีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 45 มีจำนวน 18 คน นอกจากนี้ยังมีจำนวน 3 คน มีระดับความพอใจมากที่สุด

4. ข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงบริการของกลุ่มตัวอย่าง

จากแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 40 ฉบับ ที่ได้รับความร่วมมือกรอกแบบสอบถามจากผู้ให้บริการบ้านพักตากอากาศ มีผู้ตอบแบบสอบถามในส่วนของข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงบริการ จำนวนทั้งสิ้น 12 คน ส่วนที่เหลืออีก 28 คน ไม่แสดงความคิดเห็น

การใช้แบบสอบถามและการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) รวมทั้งผลที่ได้จากเทคนิคการวิเคราะห์สวอต สามารถนำมาจัดทำแผนกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน ได้ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส มี 3 ข้อ ประกอบด้วย

- 1.1 การปรับปรุงชายหาดให้สะอาด สวยงามตลอดเวลาเพื่อรักษาจุดเด่นที่เป็นจุดขาย
- 1.2 การนำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาเป็นจุดขาย เพื่อเพิ่มทางเลือกของกิจกรรม
- 1.3 การมีส่วนร่วมในการใช้สาธารณูปโภคหลักของโครงการ

2. กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาส มี 2 ข้อ ประกอบด้วย

- 2.1 การปรับปรุงป้ายบอกทาง ถนนเข้าสู่บ้านพัก และความปลอดภัย
- 2.2 การปรับปรุงตกแต่งบ้าน สิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณบ้าน ให้มีสภาพที่

น่าพักผ่อน

3. กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค มี 2 ข้อ ประกอบด้วย
 - 3.1 การเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในการเสริมสร้างรายได้ในช่วงวันธรรมดา
 - 3.2 การสร้างโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวระยะสั้น
4. กลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค มี 2 ข้อ ประกอบด้วย
 - 4.1 การเป็นสมาชิกชมรมการโรงแรมเพื่อการประชาสัมพันธ์
 - 4.2 การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่ว่า เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน จังหวัดเพชรบูรณ์นั้น ผลของการวิจัยพบว่าจุดแข็งและโอกาสของธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน ค่อนข้างเป็นเอกลักษณ์อยู่ในระดับที่สภาพที่สามารถแข่งขันได้ดี เนื่องจากปัจจัยสนับสนุนในเรื่องของความเป็นส่วนตัว ความเงียบสงบและอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ ของอำเภอชะอำ เพราะระยะเวลาที่ทำการศึกษาระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนตุลาคม 2548 พบว่ามีจำนวนผู้เข้าใช้บริการประมาณ 366 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่ค่อนข้างน่าพอใจ และสามารถดำเนินธุรกิจได้ ส่วนผลของการวิจัยจุดอ่อนและอุปสรรคของธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือนพบว่า ส่วนใหญ่คือเรื่องของการเดินทางเข้ามาใช้บริการ ที่ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ถนนเข้าสู่บ้านพักมีสภาพขรุขระ สภาพของบ้านบางหลังค่อนข้างเก่า เครื่องใช้ในบ้านชำรุด บริเวณบ้านไม่ค่อยเป็นระเบียบ ชายหาดบางส่วนสกปรก เนื่องจากการมาเกยตื้นตายของสัตว์ทะเล การพังทลายของชายหาดจากการกัดเซาะของคลื่น

และจากวัตถุประสงค์การวิจัยอีกข้อที่ว่า เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน จังหวัดเพชรบุรี รวมไปถึงการศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนกลยุทธ์ที่ว่า “การวางแผนเชิงกลยุทธ์นั้น เป็นการวางแผนที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ มีการกำหนดเป้าหมายระยะยาวที่แน่ชัด มีการวิเคราะห์อนาคตและคิดเชิงการแข่งขัน ที่ต้องการระบบการทำงานที่มีความสามารถในการปรับตัวสูง สำหรับการทำงานในสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต้องการระบบการทำงานที่คล่องตัว ต้องการการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูงในการนำไปสู่เป้าหมายในอนาคต สามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อความอยู่รอดและความก้าวหน้าขององค์กรของหน่วยงานหรือของธุรกิจของตนในอนาคต การวางแผนกลยุทธ์หรือการวางแผนเชิงกลยุทธ์นี้มีส่วนเป็นอย่างมากต่อการสร้างความเป็นผู้นำ หรือในการสร้างภาพลักษณ์ที่แสดงถึงจุดเด่นของหน่วยงาน ขององค์กรหรือของธุรกิจในการวางแผนกลยุทธ์นั้น จะมีการกำหนดเป้าหมายรวมขององค์กร สำหรับการดำเนินในอนาคต ที่เรียกว่า วิสัยทัศน์ มีการคิดในเชิงรุก มุ่งเอาดี เอาเด่น เอาก้าวหน้า ก้าวไกล มุ่งเอาชนะ เอาความยิ่งใหญ่ เน้นคุณภาพ เอา

ความเป็นเลิศ มีถ้อยคำสำคัญที่จะได้พบเห็น ที่มีการกล่าวถึงกันมาก ในแวดวงการบริหารจัดการ และการวางแผนกลยุทธ์ และที่มักจะได้อินอยู่เสมอๆ เช่น การมองการณ์ไกล มีวิสัยทัศน์ คิดกว้าง-มองไกล มองไปข้างหน้า วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมในอนาคต รู้จุดแข็ง-จุดอ่อนและสถานการณ์ขององค์กร รู้จักเลือก แล้วมุ่งความพยายามสู่โอกาสนั้น สร้างวิสัยทัศน์ กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์รวมขององค์กรอย่างชัดเจน ไม่ติดขัดกับปัญหาเฉพาะหน้าหรือปัญหาในระบบปัจจุบัน ปรับระบบและการทำงานปัจจุบันให้รับกับการดำเนินงาน สู่จุดที่ต้องการในอนาคต" จากทฤษฎีข้างต้นสามารถนำมาจัดทำแผนกลยุทธ์ธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน 4 ประเภท ได้แก่

1. กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพ (Strategy to Increase Potential) หมายถึง S+O ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่ และสภาพโอกาสที่เอื้ออำนวย เพิ่มศักยภาพในการทำงานของหน่วยงาน เกิดเป็นปริมาณและคุณภาพงานให้สูงที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยที่กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพหรือกลยุทธ์จุดแข็งและโอกาสสำหรับการพัฒนาธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือนนั้น ประกอบด้วย 1. การปรับปรุงขยายหาดีให้สะอาด สวยงามตลอดเวลาเพื่อรักษาจุดเด่นที่เป็นจุดขาย 2. การนำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาเป็นจุดขาย เพื่อเพิ่มทางเลือกของกิจกรรม และ 3. การมีส่วนร่วมในการใช้สาธารณูปโภคหลักของโครงการ เช่น สโมสร สระว่ายน้ำ และ สนามกีฬา

2. กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกัน (Strategy to Build Security) หมายถึง S+T ใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อบรรเทาผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคต่อการทำงานให้ลดน้อยลง กลยุทธ์สร้างภูมิคุ้มกันหรือกลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรคสำหรับการพัฒนาธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือน มี 2 ข้อ ประกอบด้วย การเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในการเสริมสร้างรายได้ในช่วงวันธรรมดาและการสร้างโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวระยะสั้น

3. กลยุทธ์เร่งพัฒนา (Strategy to Accelerate Development) หมายถึง W+O ใช้ประโยชน์จากสภาพโอกาสและสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน เป็นปัจจัยผลักดันจากภายนอกให้เกิดการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงภายในหน่วยงานที่มีจุดอ่อนหรือคอยการแก้ไขอยู่ ซึ่งกลยุทธ์เร่งพัฒนานี้เป็นแนวสำหรับการพัฒนาธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือนที่เรียกว่า กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาสประกอบด้วย การปรับปรุงป้ายบอกทาง ถนนเข้าสู่บ้านพัก รวมทั้งความปลอดภัย และการปรับปรุงตกแต่งบ้าน สิ่งอำนวยความสะดวก บริเวณบ้าน ให้มีสภาพที่น่าพักผ่อน

4. กลยุทธ์แก้วิกฤติ (Strategy to Solve the Crisis) หมายถึง W+T ใช้ประโยชน์จากสภาพโอกาสที่เลวร้าย และจุดอ่อนของหน่วยงานที่มีอยู่ แสวงหาแนวทางใหม่และปรับรื้อระบบการทำงานให้ต่างจากเดิม เพื่อหาทางอยู่รอดให้ได้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้ออำนวย กลยุทธ์แก้วิกฤติหรือกลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค สำหรับการพัฒนาธุรกิจบ้านพักตากอากาศแสงเดือนนั้น มี 2 ข้อ ประกอบด้วย การเป็นสมาชิกชมรมการโรงแรมเพื่อการประชาสัมพันธ์และการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

จากกลยุทธ์ทั้ง 4 ที่ได้นั้น อยู่ภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “เป็นบ้านพักตากอากาศที่ทุกคนต้องการมาพักผ่อน มีความประทับใจในการบริการ ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวและเสริมสร้างรายได้ให้คนในชุมชนท้องถิ่น สามารถแข่งขันกับบ้านพักอื่นๆ ในอำเภอชะอำได้ และสามารถดำเนินธุรกิจระยะยาวได้อย่างดี” โดยใช้ยุทธศาสตร์ เล็ก กระชับ ฉับไว เพื่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภายใต้นโยบายที่ว่า : อันความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคืองานของเรา โดยตั้งเป้าหมายว่าจะมีผู้บริการที่หลากหลาย ทุกคนที่มาใช้บริการต้องการกลับมาใช้บริการอีก มีจำนวนเพิ่มขึ้นตลอดทั้งปีและเป็นบ้านพักตากอากาศระดับท็อปเท็นของอำเภอชะอำภายในเวลา 5 ปี

จากการวิจัย เรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชิงแสน จังหวัดเชียงราย ของนางพิมพ์ล วาดสันทัด ซึ่งผู้วิจัยบ้านพักตากอากาศแสงเดือนใช้เป็นต้นแบบและแนวทางในการศึกษาบ้านพักตากอากาศแสงเดือน มีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาประกอบด้วยนักท่องเที่ยว และบุคลากรของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งคล้ายกับการศึกษาบ้านพักตากอากาศแสงเดือนที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งหมด ข้อมูลที่ศึกษารวบรวมโดยการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม แต่การศึกษาบ้านพักตากอากาศแสงเดือนยังเพิ่มการสนทนากลุ่มอีกด้วย วิจัยข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพเหมือนกัน โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์และแยกพิจารณาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สวอท (SWOT) รวมถึงการวิเคราะห์เพื่อการปรับปรุงและพัฒนา

กลยุทธ์ทางการตลาด ผลจากการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชิงแสน พบว่า เมืองประวัติศาสตร์เชิงแสนมีจุดแข็งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ มีเอกลักษณ์เช่นเดียวกับบ้านพักตากอากาศแสงเดือน มีประวัติศาสตร์และโบราณสถานที่น่าสนใจ แต่ต้องมีการปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนคือ สิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค การบริหารจัดการ การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ สำหรับโอกาสในการพัฒนา คือ หน่วยงานราชการมีนโยบายแผนงาน และให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชิงแสน ตลอดจนการค้าขายกับประเทศจีนมีความเจริญ ทางด้านอุปสรรคต่อการพัฒนา คือ ขาดงบประมาณ ประชาชนขาดจิตสำนึกในการหวงแหน มรดกทางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ส่วนการพัฒนาด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเมืองประวัติศาสตร์เชิงแสน พบว่า จะต้องมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่น ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สมบูรณ์และมีเอกลักษณ์ ตลอดจนมีการปรับปรุงสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ดีขึ้น สำหรับราคาของการเข้าชมสถานที่นั้น จะต้องมีการกำหนดราคาให้สูงขึ้นให้เหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และเพื่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และกำหนดราคาให้มีความหลากหลาย การจัดจำหน่ายควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต และเคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาดควรเพิ่มโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น รวมไปถึงการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักเมืองประวัติศาสตร์เชิงแสนเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกับการพัฒนาบ้านพักตากอากาศแสงเดือน

ที่ต้องมีการปรับปรุงสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ดีขึ้น รวมถึงการสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์

สรุปได้ว่างานวิจัยที่เป็นต้นแบบและผลของการวิจัยบ้านพักตากอากาศแสงเดือน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ด้วยวิธีการวิจัยที่คล้ายกัน กลุ่มตัวอย่างที่เหมือนกัน ในส่วนของการดำเนินการส่วนใหญ่ต้องมีการลงทุน เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการปรับปรุงตกแต่งบ้าน สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายบอกทางและประชาสัมพันธ์ รวมคิดเป็นเงินทั้งสิ้น 1,086,610 บาท อาจดูเป็นจำนวนเงินที่สูงมาก ซึ่งในการดำเนินการนั้นคงต้องแบ่งออกเป็นหลายระยะ โดยเริ่มจากสิ่งจำเป็นเร่งด่วนก่อน เช่น ป้ายบอกทางที่ลงทุนไม่มาก เลือกปรับปรุงบ้านที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดหรือบ้านที่ต้องปรับปรุงน้อยที่สุด เพราะลงทุนปรับปรุงน้อยและค่าใช้จ่ายที่ลงทุนไป จะได้กลับคืนทุนมาเร็วเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับบ้านพักตากอากาศแสงเดือน

1.1 ควรปรับปรุงในเรื่องของการดูแลรักษาสภาพของบ้านพักตากอากาศแสงเดือน ให้อยู่ในสภาพที่ดี นำใช้พักอาศัยและพร้อมให้บริการตลอดเวลา

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบในธุรกิจต่างประเภทกัน

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนรอบข้าง หรือเพื่อศึกษาความคิดและผลที่เกิดขึ้นกับชุมชน

2.3 ควรมีการวิจัยความคิดเห็นของพนักงานที่ให้บริการบ้านพักตากอากาศ