

# การดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสบายดี

## Marketing Operation of Sabaidee Homestay Provinces

วัฒน์จิรัชย์ เวชชนินนาท<sup>1</sup>

Watchirachai Wetchaninnart<sup>1</sup>

Received: 1 May 2019

Revised: 22 July 2019

Accepted: 9 August 2019

### บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาด 2) หาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสบายดีประกอบด้วย จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสบายดี จำนวน 21 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจำนวน 1 ชุด เพื่อศึกษาการดำเนินงานและแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสบายดี ผลการศึกษา พบว่า โฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสบายดีมีศักยภาพใน การดำเนินงานด้านการตลาด เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน แต่ประสบปัญหาด้านการจัดรายการนำเที่ยวและการตั้งราคาเพราะบุคลากรขาดความรู้ การเดินทางไปยังโฮมสเตย์มีความสะดวก มีป้ายบอกทางและใช้สื่อออนไลน์ในการให้ข้อมูลข่าวสาร บุคลากรมีความรู้ความสามารถ โฮมสเตย์มีสภาพแวดล้อมที่สวยงาม อีกทั้งได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนและหน่วยงานภายนอก แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสบายดี คือ พัฒนาการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพิ่มคุณค่ากิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และสร้างการมีส่วนร่วมภายในชุมชนและคณะกรรมการโฮมสเตย์ เพื่อให้เกิดความสามัคคีในการดำเนินงาน

**คำสำคัญ :** การดำเนินงานด้านการตลาด, โฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสบายดี

### Abstract

The development of a successful marketing operation requires meaningful guidelines be put in place. The objective of this research project was to develop a set of reliable guidelines that would guide the end user toward growing a successful homestay marketing operation in the Sabaidee provinces of Northeast Thailand: Loei province, Nongkhai province, Nongbualamphu province and Udon Thani province. The samples were 21 homestay operators of tourist attractions

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

<sup>1</sup> Assistant professor, Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University

in Sabaidee provinces, selected by purposive sampling. The tools used were semi-structured interviews intended to study the operation and develop the guidelines. The results showed that Sabaidee homestay provinces had potential for marketing operations because of their unique tourism activities and preservation of tradition, but they suffered when it came to tour management and pricing due to staff inexperience. Traveling to the homestay was convenient since there were traditional road signs giving directions for tourists, Online information was available. The staff demonstrated knowledge and ability. The homestays were located in beautiful areas and received cooperation from outside agencies and people in the community. The guidelines for developing the marketing operation of Sabaidee homestay provinces soon became: improving communication with foreign visitors, adding value to existing tourism activities by accommodating tourist all year round, and creating participation in the community. The homestay committee was confident harmony would prevail.

**Keywords:** marketing operation, Sabaidee homestay provinces

## บทนำ

สถิตินักท่องเที่ยวปีพ.ศ. 2559 พบว่าประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าเติบโตขึ้นจากปีพ.ศ. 2558 เกือบร้อยละ 9.17 และคาดว่าจะเติบโตขึ้นอีกร้อยละ 10.3 ในปีพ.ศ. 2560 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากทั้งหมด 14 ล้านคน ในปีพ.ศ. 2552 มาเป็น 32.6 ล้านคน ในปีพ.ศ. 2559 (กรมการท่องเที่ยว, 2560) สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการพัฒนาศักยภาพชุมชน ผู้ประกอบการและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการเพิ่มศักยภาพ พัฒนา ทักษะและเสริมสร้างองค์ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ผู้ประกอบการ ตลอดจนบุคลากรด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยศักยภาพนี้ยังหมายความรวมถึงการเป็นเจ้าภาพที่ดีการมีสมรรถนะ ตามมาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคและระดับสากลการสร้างระบบการเรียนรู้และพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

การพัฒนาภาคีเครือข่ายและเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชนและท้องถิ่น และการสร้างภาพลักษณ์และความภาคภูมิใจในอาชีพในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่ขีดความสามารถในการแข่งขันของตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ดีขึ้นได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

“โฮมสเตย์” คือรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อศึกษา เรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งแบ่งพื้นที่ของบ้านพักอาศัยและอาหารเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยว เสมือนเป็นสมาชิกหรือญาติ พร้อมทั้งถ่ายทอดประเพณี วัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวและพานักท่องเที่ยวเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวและทำกิจกรรมต่างๆ นักท่องเที่ยวได้พบเจอผู้คน สัมผัสวิถีชีวิตที่แปลกใหม่ จากวัฒนธรรมที่แตกต่างในรูปแบบเรียบง่าย ท่ามกลางความเป็นธรรมชาติ และวิถีชีวิตชนบทที่แปลกไปจากที่เคย (โฮมสเตย์ไทย, 2562) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ต้องการสนับสนุนให้คนรุ่นใหม่ที่ต้องการ

รูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยเชิญชวนให้มาท่องเที่ยว ชุมชนและเข้าพักกับคนในท้องถิ่น พยายามคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่น่าสนใจให้ได้เข้าไปท่องเที่ยวและเพิ่มรูปทาส่งทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ โดยเชิญหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกันเสนอรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ที่น่าสนใจและอาหารท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มภาคอีสานตอนบน หรือที่เรียกว่า กลุ่มจังหวัดสวายดี ประกอบด้วย จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดอุดรธานีมีโฮมสเตย์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว จำนวน 7 แห่ง แต่สภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยที่เข้าสู่สภาวะตกต่ำ ส่งผลให้นิยมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เริ่มถดถอย โฮมสเตย์บางแห่งประสบปัญหาในการดำเนินงานและปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพียงเข้ามาศึกษาการดำเนินงานของโฮมสเตย์หรือมาเยี่ยมชมแต่ไม่พักค้างคืน หากปัญหาส่งผลให้ล้มเลิกกิจการในอนาคต

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ทำการสำรวจรวบรวม จุดเด่น จุดด้อยและปัญหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดี ซึ่งค้นพบว่ายังขาดข้อมูลที่จะใช้ในการประกอบการตัดสินใจและสามารถนำเอาข้อมูลมาเป็นกลยุทธ์ในการแข่งขัน งานวิจัยเรื่องการดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดีจะสามารถแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ โดยเน้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ถึงปัญหา อุปสรรคในการดำเนินงาน และหาแนวทางการพัฒนารูปแบบการตลาดที่เหมาะสม ผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาเสริมสร้างการดำเนินงานด้านการตลาดแก่โฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน สร้าง

องค์ความรู้ทางวิชาการส่งผลให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดี
2. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดี

## วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่องการดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดีระยะเวลาการดำเนินการระหว่างเดือนมีนาคม 2561-เดือนเมษายน 2562 มีวิธีการดำเนินงานดังต่อไปนี้

### ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยเรื่องการดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดีเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดี ผู้วิจัยเจาะจงเลือกกลุ่มโฮมสเตย์ที่มีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และสามารถพึ่งพาตนเองได้ จำนวน 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) โฮมสเตย์บ้านนาป่าหนาด 2) บ้านสีกายเหนือโฮมสเตย์ 3) โฮมสเตย์ปากโสม-ลำภูพาน 4) บ้านห้วยเตี๋ยโฮมสเตย์ 5) โฮมสเตย์เชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม บ้านเชียง 6) บ้านเดียมโฮมสเตย์ และ 7) โฮมสเตย์บ้านเชียงแหวงเชิงอนุรักษ์ โดยการสุ่มแบบเจาะจง โดยคัดเลือกผู้ที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มโฮมสเตย์ได้แก่ประธานกลุ่มกลุ่มละ 1 คน และรองประธานกลุ่มจำนวนกลุ่มละ 2 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 21 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างจำนวน 1 ชุด เพื่อศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาดของ

โฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดี ใช้เก็บข้อมูลจากผู้ที่ได้รับผิดชอบการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มโฮมสเตย์ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 1 ข้อ
2. ข้อมูลสภาพการณ์การดำเนินงานด้านการตลาดแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 9 ด้าน จำนวน 42 ข้อ
3. ผลกระทบต่อชุมชน จำนวน 2 ข้อ
4. แนวทางการพัฒนาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต จำนวน 1 ข้อ

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การสัมภาษณ์ โดยนักวิจัยศึกษาบริบท การดำเนินงานด้านการตลาด และแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดี

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

นำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาเพื่อสร้างการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดี

### ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่องการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดีมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาการดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** โฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดีมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวคือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ภาษาและการต้อนรับที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ภายในแหล่งท่องเที่ยวยังมีกิจกรรมมากมายให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชม เช่น นมัสการหลวงปู่ขาว อนาลโยที่วัดถ้ำกลองเพล เยี่ยมเข้าชมพิพิธภัณฑ์บ้านเชียง ชมพิพิธภัณฑ์บ้านชาวไทดำ กิจกรรมการปั้นหม้อ กิจกรรมการเขียนไหม จักสาน

ทอผ้า ชมกิจกรรมบายศรีสู่ขวัญ กิจกรรมการเต้นรำแบบชาวไทดำ ล่องเรือชมแม่น้ำโขง กลุ่มแปรรูปหมากพลูด ซาจากใบหมากพลูด อีกทั้งยังมีการแต่งกายด้วยชุดไทดำสำหรับถ่ายรูปเป็นที่ระลึกเป็นต้น **ด้านการจัดรายการนำเที่ยว** มีการจัดรายการท่องเที่ยวแต่ละแห่ง แต่ยังคงขาดการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ กับจังหวัดใกล้เคียง **ด้านราคา** การตั้งราคาของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดีส่วนใหญ่เป็นการกำหนดราคาเป็นแบบเหมาจ่าย ซึ่งประสบปัญหาในการตั้งราคาเพราะเป็นการตั้งราคาแบบง่าย ขาดการวิเคราะห์ต้นทุนต่างๆ จึงทำให้ตั้งราคาได้ไม่เหมาะสม **ด้านการจัดจำหน่าย** นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังโฮมสเตย์ได้โดยรถยนต์ส่วนตัว มีการจัดร้านจัดจำหน่ายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวได้เดินเลือกซื้อสินค้า

**ด้านการสื่อสารการตลาด** มีการใช้สื่อในการให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยวผ่านทางเฟสบุ๊ค (Facebook) ยูทูบ (Youtube) และช่องโทรทัศน์ มีป้ายการให้ข้อมูลข่าวสารภายในแหล่งท่องเที่ยว มีป้ายบอกทางเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาได้สะดวกยิ่งขึ้น มีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น จัดกิจกรรมเฉลิมฉลองมรดกโลกขึ้นทุกปีในช่วงสัปดาห์ที่ 2 ของเดือนกุมภาพันธ์ การจัดกิจกรรมตุ้มโฮม ฟิน้องไทดำ หรือ ตุ้มโฮมพี่น้องไต เป็นประจำในช่วงต้นเดือนเมษายนของทุกปี เพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมของชาวไทดำให้คงอยู่ **ด้านบุคลากร** บุคลากรมีความพร้อมในการให้บริการทุกคนเนื่องจากได้มีการอบรมและแบ่งหน้าที่กันเรียบร้อย การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความยิ้มแย้มนักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความเป็นกันเอง แต่ยังคงประสบปัญหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านในพื้นที่จึงไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ **ด้านกระบวนการให้บริการ** มีระบบรักษาความปลอดภัยโดยได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนและตำรวจชุมชน

หากเกิดอุบัติเหตุมีโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลที่พร้อมให้การรักษา **ด้านสภาพแวดล้อม** มีการรักษาความสะอาดที่พึกและบริเวณโดยรอบ โดยการร่วมมือกันของคนในชุมชนเพื่อให้ภูมิทัศน์รอบนอกสะอาดและน่าอยู่ มีสาธารณูปโภค บริโภคที่สะดวกและยังมีห้องน้ำไว้คอยอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว **ด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของโฮมสเตย์** บุคลากรทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแหล่งท่องเที่ยวทุกคน โดยเปิดรับสมาชิกที่มีความสนใจจะทำ โฮมสเตย์หรือมีการรวมกลุ่มอาชีพต่างๆ สามารถเข้าร่วมได้ตามความสนใจอีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนในการพานักท่องเที่ยวมาพักที่โฮมสเตย์มากขึ้น

**ผลกระทบต่อชุมชน**

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเงินหมุนเวียนในชุมชนเพิ่มขึ้นบุคลากรในชุมชนมีอาชีพเสริมจากการขายของที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยวและยังทำให้ทรัพยากรในชุมชนเป็นที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งยังทำให้ชุมชนรู้จักบทบาทหน้าที่ตัวเองว่าตนเองอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องทำตัวอย่างไรให้เหมาะสมและยังทำให้ทำให้คนในชุมชนเกิดความรักถิ่นฐานบ้านเกิดอีกด้วย ข้อเสียคือวิถีชีวิตของคนในชุมชนเปลี่ยนแปลงไป มีการก้าวกระโดดจากการช่วยเหลือแลกเปลี่ยนกันกลับกลายเป็นต้องการผลประโยชน์เป็นธุรกิจ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนจากที่เคยมีความสงบก็อาจจะมีความวุ่นวาย ปัญหาเรื่องการจราจร การเกิดอุบัติเหตุและปัญหาหมอกพิษ

**2. แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสภายดี**

1. โฮมสเตย์ควรมีการพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศเพื่อสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

2. การเพิ่มคุณค่าทางด้านกิจกรรมต่างๆ ให้กับทางทางโฮมสเตย์ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี เช่น กิจกรรมปั่นจักรยาน เดินชมรอบบริเวณหมู่บ้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ความใกล้ชิดธรรมชาติเพิ่มขึ้น

3. เพิ่มการสื่อสารการตลาดต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว เช่นป้ายบอกทิศทาง และการประชาสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมต่างๆ

4. สร้างการมีส่วนร่วมภายในชุมชนและคณะกรรมการโฮมสเตย์ เพื่อให้เกิดความสามัคคีของบุคลากรในกลุ่มและชาวบ้านในชุมชน

5. พัฒนารายการอาหารโดยใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่นเพื่อสร้างอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

6. พัฒนาระบบสาธารณูปโภคต่างๆ เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา การดูแลความสะอาดภายในแหล่งท่องเที่ยว

**สรุปและอภิปรายผล**

จากการศึกษาเรื่องการทำงานด้านการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสภายดีสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

**1. การดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสภายดี**

การดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวโฮมสเตย์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ เสมือนนักท่องเที่ยวเป็นคนในชุมชนสอดคล้องกับบริวารรณ พวงสอน ไพพวรรณ มุ่งศิริมจินตนา เจริญเนตรกุล รัชดา เพ็ชรชระ และสุธัญญา วิโตปการ (2558) การจัดการที่พักโฮมสเตย์เป็นการส่งเสริมรายได้ให้แก่ประชาชนและเศรษฐกิจภายในชุมชนให้ได้รับการพัฒนาในทิศทางที่ดีขึ้นและเป็นส่งเสริมการท่องเที่ยว

เนื่องจากชุมชนคลองแหมีวัฒนธรรมประเพณีและสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ และประชาชนสามารถกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเหมาะสมกับประเพณีวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของท้องถิ่น และมีกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ผลการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะช่วยให้คนในชุมชนเกิดรายได้ เป็นที่มาของการสร้างความเจริญให้กับคนในท้องถิ่น ส่งผลให้ท้องถิ่นเกิดการพัฒนามาในด้านต่างๆ เช่น ระบบสาธารณสุข ปลอดภัย การคมนาคมที่สะดวก เป็นต้น

การดำเนินงานด้านการตลาดของโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสปปดดีประสบความสำเร็จ มีระบบการบริหารงานด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมทุกขั้นตอน มีขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพในการให้บริการทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้การบริการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับ โรส จันท์ธรรมา สุพจน์เสกทองสงฆ์ และภาวิตรี สมนึก (2558) นโยบายสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใหม่ นโยบายการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน (ทักษะการสื่อสารและปรับปรุงความรู้คุณภาพการบริการ) มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องเกิดจากคนในชุมชนเกิดความรักบ้านเกิดและช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในชุมชน สอดคล้องกับ พัทธยมล สือสวัสดิ์วณิชย์ (2558) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย และเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์แบบบูรณาการและ เชิงรุก และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การจัดรายการนำเที่ยวควรมีความหลากหลายให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกัน ด้านช่องทางจัดจำหน่ายควรเพิ่มช่อง

ทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น ทำข้อตกลงการจองรายการท่องเที่ยวกับตัวแทนนำเที่ยวภายในจังหวัดหรือตัวแทนจัดจำหน่ายระดับประเทศ เช่น อโกต้า หรือ ทราเวลโลโก้ สอดคล้องกับ พลอยนภัส สุทธิภัทรานนท์และภิเชก ชัยนรินทร์ (2558) สร้างแพ็คเกจโฮมสเตย์แบบครอบครัว สร้างแพ็คเกจที่สามารถเลือกและจัดแพ็คเกจได้เองตามต้องการ ด้านราคา คือ จัดแพ็คเกจที่มีค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับปานกลาง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ จำหน่ายแพ็คเกจท่องเที่ยวผ่านระบบหรือช่องทางอินเทอร์เน็ต ผ่านทางเว็บไซต์ของบริษัทหรือการเข้าร่วมรวมกลุ่มการขายแพ็คเกจทัวร์ต่างๆ สอดคล้องกับ กุลรัตน์ นามโพธิ์ชัยและธีระ ฤทธิรอด (2557) ได้เสนอแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ แฮร์ โฮมสเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ไว้ว่าแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก ดังนี้ โครงการประชาสัมพันธ์ในสื่อ เฟสบุ๊ค (Facebook) ยูทูป (Youtube) แผ่นพับ และการออกแบบป้ายบอกขนาดใหญ่ ในเขตทางหลวง แต่การดำเนินงานด้านการตลาดประสบปัญหาเรื่องการตั้งราคาของที่พักรวมกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่มโฮมสเตย์ เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มขาดความรู้ในการตั้งราคาส่งผลให้ราคาบริการไม่เหมาะสม ซึ่งมีราคาสูงในสายตาของนักท่องเที่ยวหากเปรียบเทียบกับบริการต่างๆ ที่ได้รับ ดังนั้นกลุ่มโฮมสเตย์ควรพิจารณาให้ความสำคัญเรื่องของการลดต้นทุนในการดำเนินการต่างๆ เช่น ค่าที่พักและค่าอาหารโดยใช้วัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารจากท้องถิ่น ค่าของที่ระลึก และค่ารายการท่องเที่ยวโดยอาศัยการพึ่งพาตัวเองของคนในท้องถิ่นเป็นผู้นำเที่ยว ใช้จ่ายพาหนะของกลุ่มสมาชิกในการบริการนักท่องเที่ยวเป็นต้น สอดคล้องกับ อิศราภรณ์ ทนุผลและกมลวรรณ รอดหรั่ง (2559) แนวทางและวิธีการลดต้นทุนสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ การลดต้นทุนกิจกรรมพาหนะและมัคคุเทศก์ โดยการใช้พาหนะของสมาชิกในชุมชนที่สามารถเป็นมัคคุเทศก์ได้ ในกิจกรรมจัดเตรียมห้องพักรวม



กิจกรรมจัดหาวัสดุและอุปกรณ์เพื่อการอำนวยความสะดวก ลดต้นทุนการประกอบอาหารโดยกำหนดรายการอาหารที่มีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น

## 2. แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดี

แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดีเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต ควรเริ่มต้นจากกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมภายในชุมชนและกระบวนการโฮมสเตย์ เพื่อให้เกิดความสามัคคีของบุคลากรในกลุ่มและชาวบ้านในชุมชน สมาชิกภายในกลุ่มร่วมกันคิดวิธีการเพิ่มคุณค่าทางด้านกิจกรรมต่างๆ ให้กับทางโฮมสเตย์ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี พยายามสร้างเอกลักษณ์ต่างๆ ที่สะท้อนถึงความเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น อาหาร ป้ายบอกทาง และป้ายเชคอิน สอดคล้องกับ กนกรัตน์ ดวงพิกุลและจาร์นันท์ เมระพันธ์ (2561) แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของโฮมสเตย์ ได้แก่ การพัฒนาของชุมชน การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากร ผู้นำกลุ่ม การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การกระจายรายได้ ให้คนในท้องถิ่นและการสร้างความสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยว ความต้องการของ ชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร

## เอกสารอ้างอิง

- กนกรัตน์ ดวงพิกุลและจาร์นันท์ เมระพันธ์. (2561). โฮมสเตย์กับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน. *วารสารบัณฑิตวิจัย*, 9 (1), 217-234.
- กรมการท่องเที่ยว. (2560). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2559*. [Online] Available : <http://tourism2.tourism.go.th/home/details/11/221/255169>. [2561, ธันวาคม 15].
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ.2560-2564)*. [Online] Available : [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=9689](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9689). [2561, ธันวาคม 15].

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. แหล่งท่องเที่ยวควรศึกษาการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างโฮมสเตย์ต่างๆ ภายในแต่ละจังหวัดและขยายออกมาเป็นรายการนำเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดต่อไป

2. แหล่งท่องเที่ยวควรมีค้นหาและสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้ชัดเจนและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและน่าสนใจ

### ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการมีส่วนร่วมของการดำเนินงานระหว่างชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายหรือแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในกลุ่มจังหวัดสวายดีต่อไป

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดินมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ประจำปีงบประมาณ 2562 ผู้วิจัยขอขอบคุณคณะผู้บริหาร อาจารย์ วิทยากร นักศึกษา สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนตำบลผาสุก และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่ช่วยทำให้งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

- กุลรัตน์ นามโพธิ์ชัยและธีระ ฤทธิรอด. (2557). แนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ โฮสต์โฮม สเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิจัย มข. (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2 (3), 52-60.
- พลอยนภัส สุทธิภัทรานนท์และภิเชก ชัยนิรันดร์. (2558). การสร้างกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวกรณีศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวบริเวณสะพานมิตรภาพไทย-ลาว จังหวัดหนองคาย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่*, (10) 2. 1-14.
- พัทธ์ยมล สือสวัสดิ์ฉนิชัย. (2558). ต้นแบบการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร อย่างมีประสิทธิภาพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*, 35 (1), 103-104.
- รวีวรรณ พวงสอน ไพพรรณ มุ่งศิริม จินตนา เจริญเนตรกุล รัชดา เพ็ชรชระ และสุธัญญา ฐิตोปการ. (2558). ศึกษาศักยภาพด้านที่พักโฮมสเตย์เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล. *วารสารราชชมงคลล้านนา*, 2 (2). 16-28.
- โรส จันท์ธนาภา สุวพจน์ เสกองสงฆ์ และ ภาวิตรี สมณี. (2558). ความเป็นไปได้ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเกาะตรง และเกาะพะงะเตา ในจังหวัดกระบะและ กัมพูชา. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 11 (1), 249-281.
- อิสราภรณ์ หนูผลและกมลวรรณ รอดหวัง. (2559). การลดต้นทุนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยการประยุกต์แนวความคิดการบริหารฐานกิจกรรม กรณีศึกษาหมู่บ้านท่องเที่ยว OVC บ้านตลาดล่าง อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี*, 5 (2), 103-104.
- โฮมสเตย์ไทย. (2562). *ทำไมต้องโฮมสเตย์*. [Online]. Available : <http://www.homestaythai.net/> [2561, ธันวาคม 15].