



รายงานการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์
ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

Developing of Services Marketing Capability of Homestay
Standard in Nakorn-Ratchasima Province



ได้รับทุนอุดหนุนจาก
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผลงานการวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการแต่เพียงผู้เดียว



รายงานการวิจัย

เรื่อง

**การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์
ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา**
Developing of Services Marketing Capability of Homestay
Standard in Nakorn-Ratchasima Province

คณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556
ผลงานวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการวิจัยแต่เพียงผู้เดียว

ตุลาคม 2558

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานใน จังหวัดนครราชสีมา เสร็จสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ได้นั้น เพราะได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณ จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยสำนักงบประมาณ (ภายใต้การพิจารณาจัดสรรโดยสำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ) ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 จึงใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณกลุ่มตัวอย่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ บ้านปราสาท โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ และมาบกราดโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมาที่ให้ความ อนุเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ของนักวิจัย และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว กรุณา สละเวลาตอบแบบสอบถาม ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้

งานวิจัยเรื่องนี้สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากได้รับการอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญที่ช่วยให้คำแนะนำตลอดจนตรวจสอบเครื่องมือสำหรับ เก็บข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ที่ได้กรุณาให้ข้อสังเกตที่เป็นข้อเสนอแนะ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย และทำให้ผลงานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

สุดท้ายขอขอบคุณผู้ช่วยนักวิจัย นางสาวธัญญา อินทรพานิช ที่มีส่วนช่วยอย่างมาก ในการ ทำงานวิจัยเรื่องนี้ให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ตลอดจนขอขอบคุณผู้ที่มีส่วน เกี่ยวข้องที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

กาญจนา สุคันธสิริกุล

ตุลาคม 2558

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา และ 3) เพื่อให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มผู้รู้ จำนวน 9 ราย กลุ่มผู้ปฏิบัติ จำนวน 32 ราย และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 25 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) โฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานมีศักยภาพการตลาดบริการครอบคลุมทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพ ตามกรอบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

2) ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ ได้แก่ การปรับปรุงคุณภาพของที่พักและบริการยังสู้กับเอกชนไม่ได้ การปรับราคาไม่สามารถทำได้ง่ายนักเนื่องจากมีราคาใกล้เคียงกับคู่แข่ง สถานที่ตั้งของกลุ่มโฮมสเตย์ตั้งอยู่ในพื้นที่ชนบทการเดินทางไม่สะดวกในบางฤดูกาล ช่องทางที่ใช้ในการติดต่อส่วนใหญ่ผ่านทางโทรศัพท์บางครั้งไม่สามารถติดต่อได้ การส่งเสริมการตลาดยังคงอาศัยหน่วยงานจากภาครัฐช่วยเหลือในการจัดทำใบปลิวและฝากเว็บไซต์ไว้กับหน่วยงานต่างๆ บุคลากรบางส่วนยังขาดความรู้และมีจำนวนไม่เพียงพอในการบริการนักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการชุมชนบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการ การดำเนินงาน หรือการสร้างรายได้จากบริการอื่นๆ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพเป็นพื้นที่ชนบท ห่างไกลสิ่งอำนวยความสะดวก บ้านพักและสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไกลกันการเดินทางจึงต้องใช้เวลามาก

3) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ สมาชิกควรมีการพัฒนาที่พักให้มีมาตรฐานอยู่เสมอ มองหาอัตลักษณ์ของกลุ่มเพื่อสร้างความแตกต่างด้านบริการ เช่น อาหาร กิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถแข่งขันด้านราคากับคู่แข่งได้ ทั้งนี้ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อให้มากขึ้นเช่น website email หรือกลุ่มต่างๆ ควรเพิ่มป้ายบอกทางให้ชัดเจน ส่วนการส่งเสริมการตลาดควรคิดราคาโดยรวมหลายๆอย่างให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว การหาทางร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ด้านบุคลากรควรส่งเสริมให้สมาชิกเห็นความสำคัญ

ของการอนุรักษ์วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และสามารถสื่อสารแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง อีกทั้งการพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้เกิดความรู้ในการบริหาร การดำเนินงานและการให้บริการของโฮมสเตย์ การพัฒนาสภาพแวดล้อมของโฮมสเตย์ เช่น สถานที่พักผ่อน นั่งเล่น สถานที่ทำกิจกรรมร่วมกันของคนในชุมชน และสถานที่ให้สะอาดและปลอดภัย การอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน



ABSTRACT

This research examines 1) the market potential, 2) the problems and barriers, and 3) the improvement guideline of service marketing for certified homestay in Nakhonratchasima province. Samples are selected in this study including 9 key informants, 32 causal informants, and 25 general informants for collecting primary data. The semi-structured interview was applied in this study and the data was analyzed by using content analysis.

The results revealed that certified homestay operators enable to offer all service marketing elements which include product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence considering with Thai homestay standard. Furthermore, the problems and barriers of certified homestay operators include lower quality of homestay accommodation; facing price cutting competition; located in areas difficult to access; unreachable and limited communications channels; marketing promotion relied mainly on government assistance; and insufficient homestay operators to serve tourists. In process management aspect, homestay communities are required for homestay management learning and generating revenue from other services. In physical environment aspect, homestay are located in remote area which are inconvenient location and rundown facility.

The results from this study suggest that homestay operators would have to maintain their standard level of accommodations. To compete with competitors, homestay operators need to identify their identity to create service differentiation, for example, foods, activities, and attractions of landscapes. Furthermore, homestay operators would to apply variety of communication methods such as website, e-mail, and signs to increase the number of tourists. In marketing promotion aspect, homestay operators would be considered package price, corporate with government agency for public relation assistance. In community aspect, homestay operators are required for conserving their culture and ecosystem. Moreover, training local people in community

to gain properly knowledge in homestay management are required for homestay sustainability.



สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ข
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ง
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูปภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ.....	6
1.5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	7
1.6 คำนิยามศัพท์.....	7
2 ปรัชญาบรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	8
2.2 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์.....	17
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบริการ.....	35
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ที่พิกสัมพันธ์วัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์).....	50
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	58
3.1 วิธีการวิจัย.....	58
3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และสถานที่ทำการวิจัย.....	58
3.3 เครื่องมือในการวิจัย.....	59
3.4 การสร้างและพัฒนาของเครื่องมือ.....	60
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	60
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
4.1 ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	62
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63

4.2.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพการตลาดบริการของ โฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา	63
4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของ โฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา	93
4.2.3 ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการ ของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา.....	100
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	107
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	107
5.2 สรุปผลการวิจัย.....	107
5.3 อภิปรายผลการวิจัย.....	120
5.4 ข้อเสนอแนะ.....	131
5.4.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	131
5.4.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย.....	132
บรรณานุกรม.....	134
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์.....	138
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์.....	142
ภาคผนวก ค ภาพประกอบการสัมภาษณ์.....	152
ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสัมภาษณ์.....	155



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 รายชื่อผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงลึกกลุ่มผู้รู้ของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานใน.....	138
จังหวัดนครราชสีมา	
2 รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยของกลุ่มผู้ปฏิบัติโฮมสเตย์บ้านปราสาท.....	139
3 รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยของกลุ่มผู้ปฏิบัติโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์.....	140
4 รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยของกลุ่มผู้ปฏิบัติมาบกราดโฮมสเตย์.....	141



สารบัญญรูปภาพ

รูปภาพที่	หน้า
1 สัญลักษณ์ของโฮมสเตย์มาตรฐานไทย.....	26
2 ขั้นตอนการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย.....	34
3 แสดงกลยุทธ์การบริหารการตลาดบริการ 8 ประการ.....	41
4 แผนที่การเดินทางมาโฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา.....	68
5 ทำเนียบบุคลากรกลุ่มโฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา.....	74
6 แผนที่การเดินทางมาโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	78
7 ทำเนียบบุคลากรกลุ่มโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	82
8 แผนที่การเดินทางมาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา.....	87
9 ทำเนียบบุคลากรกลุ่มบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา.....	90



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลก ดังจะเห็นได้จากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในทุกปี ซึ่งก่อให้เกิดผลทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมเมื่อเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมใหญ่ๆ หลายๆ อุตสาหกรรม ทั้งทางด้าน การว่าจ้างแรงงาน หมุนเวียนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการขยายการเติบโตจากเดิมมากขึ้นหลายเท่าตัว ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้แสดงให้เห็นการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สำหรับในประเทศไทยนั้น ได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวมานานกว่า 40 ปี ส่งผลให้การพัฒนากิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้าเป็นอย่างมาก ผลจากการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปรากฏอย่างชัดเจนและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่ามีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องมาจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ด้านการขนส่ง ที่พัก อาหาร และธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรงคือบริการ กับที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้า เป็นต้น รวมเป็นการซื้อสินค้าและบริการและสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ถือเป็น การส่งสินค้าออก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ทั้งการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศ ยังช่วยสร้างงานอาชีพ เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ขณะที่ด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียด พร้อมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของท้องถิ่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551)

นอกจากนั้นด้านคุณภาพการจัดการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ก็นับว่ามีศักยภาพและความสามารถที่สูงติดอันดับแนวหน้าของเอเชียและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลกจนภาครัฐได้กำหนดเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเพื่อสร้างความเป็นเลิศด้านการท่องเที่ยวในตลาดโลก โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาให้ประเทศไทย เป็นมหานครท่องเที่ยวแห่งเอเชีย อย่างไรก็ตามการเร่งพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยที่ผ่านมาปรากฏว่ามีผลทั้งด้านบวกและด้านลบโดยผลทางด้านบวกก็คือการเพิ่มขึ้นของรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว

โดยจะเห็นได้ว่ามีรายได้เพิ่มมากขึ้นในทุกปีเกิดการขยายตัวของอัตราการจ้างแรงงานในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว มีการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่นการพัฒนาเส้นทางคมนาคม ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบโทรคมนาคม เป็นต้น แต่อีกด้านหนึ่งก็คือผลกระทบในแง่ลบที่เกิดขึ้นจากการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็คือ เกิดความเสื่อมโทรมพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย เกิดปัญหาด้านมลภาวะที่เป็นพิษในด้านต่างๆ เช่น ปัญหาขยะ ปัญหาน้ำเสีย ปัญหาการจราจร ปัญหาด้านอาชญากรรม เป็นต้น จากที่ได้กล่าวมา จะเห็นได้ว่ารูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวจึงมักจะประสบปัญหาที่สวนทางกันระหว่างการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและการพัฒนาพื้นที่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่แหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวรัฐบาลไทย จึงพยายามส่งเสริมให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยว เห็นได้ชัดเจนชัดเริ่มจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 8 เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชนและการที่รัฐบาลออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานต่างๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 10 ยังคงเน้นการส่งเสริมบทบาทชุมชนและองค์กรชุมชนในท้องถิ่น ให้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน โดยนำวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างผลิตภัณฑ์และบริการด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดคุณค่าทางสังคม และนำมาซึ่งรายได้สู่ชุมชน

นอกจากนี้การที่ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ใน ปี พ.ศ. 2558 รัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวไทย รองรับการแข่งขันและความต้องการของตลาดที่จะเกิดขึ้น ซึ่งประเทศสมาชิกอาเซียนได้ร่วมกันจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของอาเซียน ปี พ.ศ. 2554 - 2558 โดยที่แผนยุทธศาสตร์มีเรื่องการจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียน จำนวน 4 มาตรฐาน ได้แก่ มาตรฐานโรงแรมสีเขียวของอาเซียน (ASEAN Green Hotel Standard) มาตรฐานโฮมสเตย์ของอาเซียน (ASEAN Homestay Standard) มาตรฐานห้องน้ำสาธารณะของอาเซียน (ASEAN Public Toilet Standard) และมาตรฐานการให้บริการสปาของอาเซียน (ASEAN Spa Services Standard) ดังนั้นเพื่อเป็นการส่งเสริมมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานโฮมสเตย์ของอาเซียน (ASEAN Homestay Standard) กรมการท่องเที่ยวจึงเร่งส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์เพิ่มขึ้น เพื่อรองรับการแข่งขันที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในอาเซียนเพิ่มมากขึ้น

การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่อยู่ภายใต้กรอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวพื้นเมืองที่มีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมอยู่ในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมจากแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็มีความเพลิดเพลินรวมอยู่ภายใต้กรอบของการมีจิตสำนึกในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ดังนั้นจึงมีการจัดการที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มสัมผัสวัฒนธรรมชนบท โดยนักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านเพื่อที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของเจ้าของบ้าน มีการถ่ายทอดวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันหรือที่เรียกกันว่า โฮมสเตย์ (Home Stay) ซึ่งในภาษาไทยให้ความหมายว่าที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542)

กรมการท่องเที่ยว โดยสำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยวได้ดำเนินการส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทหรือโฮมสเตย์ (Home Stay) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2546 โดยดำเนินการตรวจประเมิน และให้การรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ภายใต้กรอบคำจำกัดความของมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทมาตรฐานไทยที่ว่า บ้านที่อยู่ในชุมชนชนบทที่มีประชาชนในชุมชนเป็นเจ้าของและเจ้าของบ้าน หรือสมาชิกในครอบครัวอาศัยอยู่เป็นประจำ หรือใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในบ้านดังกล่าว (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551) รวมถึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศูนย์กลางอยู่ที่บ้านพักของชุมชน มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร มีการจัดกิจกรรมการนำเที่ยว และการศึกษาเรื่องของท้องถิ่นที่เน้นวิถีชีวิตไทย (ชลิดา รินทร์พรหม และคณะ, 2550)

โดยในปัจจุบันมีโฮมสเตย์ที่ได้รับการพัฒนาและได้ให้การรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์จากกรมการท่องเที่ยวแล้วทั้งสิ้น 140 แห่ง กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ถึง พ.ศ. 2558 (รวมระยะเวลารับรอง 3 ปี) ครอบคลุมพื้นที่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไทย จำนวน 51 จังหวัด ประกอบด้วยโฮมสเตย์ในภาคกลาง จำนวน 16 แห่ง ภาคตะวันออกจำนวน 13 แห่ง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 53 แห่ง ภาคใต้ จำนวน 20 แห่ง และภาคเหนือ จำนวน 38 แห่ง (กรมการท่องเที่ยว, 2557) ซึ่งนับเป็นการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะในสังคมชนบทที่ยังคงดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ตลอดจนการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมให้กับสมาชิกในชุมชน ตลอดระยะเวลาการดำเนินโครงการ ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ได้มีการติดตามผลการดำเนินงานของแต่ละโฮมสเตย์เพื่อประเมินศักยภาพและขีดความสามารถในการบริหารจัดการ

โฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง ผลจากการลงพื้นที่ตรวจสอบประเมินคุณภาพโฮมสเตย์พบว่า จุดอ่อนและอุปสรรคสำคัญ ประการหนึ่งในการบริหารจัดการโฮมสเตย์ คือ บุคลากรของโฮมสเตย์ขาดความรู้และทักษะในการประชาสัมพันธ์และการตลาดให้นักท่องเที่ยวผ่านอีเมลล์ และเว็บไซต์บนโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งปัจจุบันช่องทางเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในขั้นตอนการวางแผนการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง (กรมการท่องเที่ยว, 2557; <http://www.tourism.go.th>)

จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ในลุ่มน้ำมูล และเป็นเมืองสำคัญในแอ่งโคราช ที่มีการค้นพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีหลายแห่ง และมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ในปี 2554 มีนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 3,218,835 คน และชาวต่างชาติ 75,202 คน เดินทางเข้ามาในจังหวัดนครราชสีมา (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2557; <http://www.nso.go.th>) สะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการของชุมชนเล็กๆ กลายเป็นชุมชนขนาดใหญ่ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอีสาน ตั้งอยู่สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 185 เมตร พื้นที่ส่วนใหญ่ของจังหวัดเป็นที่ราบสลับลอนคลื่น เช่น บางส่วนของอำเภอบางบาล ซึ่งมีส่วนที่ติดต่อกับอำเภอมวกเหล็กจังหวัดสระบุรี จึงมีอากาศไม่ร้อนจัด มีทุ่งหญ้าโล่งกว้าง บริเวณนี้จึงมีฟาร์ม ปศุสัตว์เลี้ยงโคนมอยู่หลายแห่ง ส่วนพื้นที่ที่เป็นบริเวณป่าเขาส่วนใหญ่อยู่ทางด้านทิศตะวันตกและทิศใต้ของจังหวัด กินพื้นที่หลายอำเภอ เช่น อำเภอบางบาล อำเภอบางบาล อำเภอบางบาล อำเภอบางบาล เป็นต้น มีแนวเทือกเขาที่สำคัญ คือเทือกเขาแดงพญาเย็น เทือกเขาผาแดง เขายายเที่ยง เขาเคลียดและเทือกเขาสันกำแพง (สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา, 2542 : 16-24)

นโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา มีการประสานงานกับทุกภาคส่วนเพื่อสร้างโครงข่ายการท่องเที่ยวทุกประเภทในจังหวัดนครราชสีมา อย่างเป็นระบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเพื่อสุขภาพ เป็นต้น และประสานการจัดการเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดและให้ความร่วมมือกับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุจากต่างประเทศ เข้ามาใช้บริการพักผ่อนแบบลองสเตย์ ที่ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุจังหวัดนครราชสีมา (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครราชสีมา, 2551 : 3-4) เป็นการสร้างรายได้ระยะยาวให้กับท้องถิ่น

นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา ได้ตลอดทั้งปีในพื้นที่จะมีทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรมและโบราณคดี นักท่องเที่ยวยังสามารถเลือกพักค้างแรมในจังหวัดรวมทั้งที่พักทางวัฒนธรรม (Home Stay) ซึ่งเป็นการให้บริการด้านที่พักที่จัดให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตชนบทรอบนิคม ประเพณีและ

วัฒนธรรมพื้นบ้านอย่างใกล้ชิด ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา หลายแห่งก็จัดให้มีบริการบ้านพักทางวัฒนธรรม (Home Stay) เช่น บ้านปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง บ้านบุไทร ตำบลไทยสามัคคี บ้านซับไทรทอง ตำบลวังน้ำเขียว อำเภอวังน้ำเขียว เป็นต้น ซึ่งการจัดการบ้านพักทางวัฒนธรรม (Home Stay) ในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา นั้นมีทั้งที่ประสบความสำเร็จในด้านการจัดการและจำนวนผู้ที่เข้าพักและมีบางแห่งที่ไม่ประสบความสำเร็จในด้านการจัดการและมีผู้เข้าใช้บริการน้อยกว่าเป้าหมาย (สำนักงานการท่องเที่ยว นันทนาการและการกีฬา จังหวัดนครราชสีมา. 2550 : 2-3)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมาเกี่ยวกับการจัดการบ้านพัก ด้านวิถีชีวิต ด้านวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการตลาดบริการ ปัญหาที่พบ และให้ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้ทำการวิจัยได้เลือกพื้นที่บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว และมาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี เป็นพื้นที่กรณีศึกษา โดยในแต่ละพื้นที่มีลักษณะของปัจจัยทางพื้นที่แตกต่างกันไป เช่น พื้นที่บ้านปราสาทที่ความโดดเด่นทางด้านโบราณคดีและมีการจัดการที่พักทางวัฒนธรรมเป็นที่ยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พื้นที่การเกษตรเชิงอนุรักษ์อำเภอวังน้ำเขียว ก็จะมีมีความโดดเด่นในเรื่องของทรัพยากรธรรมชาติ ความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อมและความบริสุทธิ์ของอากาศจนได้รับฉายาในวงการท่องเที่ยวว่าเป็นสวิสเซอร์แลนด์แดนอีสาน และพื้นที่มาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี มีเขื่อนลำแชะ ซึ่งทำให้เกิดทะเลสาบเหนือเขื่อนในผืนป่าดงพญาเย็น-เขาใหญ่ ป่าอนุรักษ์เชิงระบบนิเวศ ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ และสัตว์ป่า มีความหลากหลายทางชีวภาพ ตลอดจนมีทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม จนได้รับการประกาศจากองค์การยูเนสโกให้เป็นมรดกโลกแห่งที่ 5 ของประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้ข้อมูลเพื่อพัฒนาศักยภาพในการจัดการการตลาดบริการและพัฒนาที่พักทางวัฒนธรรม (Home Stay) ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ของจังหวัดนครราชสีมา ให้เกิดการพัฒนาเช่นเดียวกัน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ โฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 6 กลุ่ม ประกอบด้วยโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ บ้านหนองไข่น้ำโฮมสเตย์ ผาบุคาโฮมสเตย์ มาบกรดโฮมสเตย์ โฮมสเตย์บ้านบุไทร และโฮมสเตย์บ้านปราสาท (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมส่งเสริมการท่องเที่ยว, 2557)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 3 กลุ่ม ประกอบด้วยโฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว และมาบกรดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี

2. พื้นที่ ธุรกิจโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา
3. ระยะเวลา เดือน ตุลาคม 2555 ถึง กันยายน 2557

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลสรุปที่ได้จากการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมาสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลทางวิชาการส่งเสริมความรู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นแนวทางสนับสนุนหรือส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมทั้งเป็นข้อเสนอแนะในการปรับปรุงรูปแบบการจัดงานประเพณีที่จัดขึ้นของแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญและสืบทอดประเพณีท้องถิ่นของตนเอง รวมถึงเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดด้านการตลาดบริการ ประยุกต์จากแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการของ Lovelock (2010) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้

- 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service)
- 1.2 ด้านราคา (Price)
- 1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า (Marketing channel and distribution)
- 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
- 1.5 ด้านบุคลากร (People)
- 1.6 ด้านกระบวนการ (Process)
- 1.7 ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

1.6 คำนิยามศัพท์

1. **การตลาดบริการ** หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกระบวนการในการบริการ และการนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ และผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจต่างๆ

2. **ศักยภาพการตลาดบริการ** หมายถึง ความสามารถของหน่วยงานในการจัดการส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการและลักษณะทางกายภาพ

3. **โฮมสเตย์** หมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านและมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของเจ้าของบ้านซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยวโดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม

4. **การรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย** หมายถึง โฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินและได้รับตราสัญลักษณ์มาตรฐานโฮมสเตย์ ซึ่งรับรองโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

บทที่ 2

ปรัชญานวัตกรรมกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมากจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีนักวิชาการและหน่วยงานต่าง ๆ ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้หลายลักษณะซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส (2544, 71) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง นันทนาการรูปแบบหนึ่งเกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งมักหมายถึง ที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว

Lawson และ Baud (2544) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง นันทนาการ (recreation) รูปแบบหนึ่งเกิดขึ้นในเวลาว่างที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยการเดินทางจากที่หนึ่งซึ่งมักหมายถึง ที่อยู่อาศัยไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยว

McIntosh (2544) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านปฏิสัมพันธ์ และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยการเดินทางนั้น เป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

นิศา ชัชกุล (2550 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึงกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการเป็นอย่างน้อยคือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

ชวัลนุช อุทยาน (2551) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางของบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่อาศัยเดิม โดย

การเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรง แม้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพหรือธุรกิจการงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง เช่น การท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดประชุม การจัดสัมมนา การจัดฝึกอบรม นักท่องเที่ยวหรือผู้เดินทางท่องเที่ยวมักจะมีเหตุผลหรือประเภทของจุดหมายในการเดินทางที่แตกต่างกันออกไปโดยมีปัจจัยประกอบที่เป็นตัวสนับสนุน หรือ แรงผลักดันที่เป็นส่วนบุคคลซึ่งไม่เท่ากัน ปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ รายได้ เวลา โอกาสครอบครัว การได้รับข้อมูลข่าวสาร และความสนใจส่วนบุคคล เช่น สนใจเรื่องราวของชนเผ่า วัฒนธรรม ประเพณีประวัติศาสตร์ สิ่งแวดล้อม นันทนาการ หรือความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ เป็นต้น ซึ่งไม่ว่าจะเดินทางด้วยเหตุผลใดก็ตาม สิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างก็คาดหวังที่จะได้รับคือความสุข ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความรู้ และประสบการณ์ใหม่ที่สนองตอบความต้องการส่วนบุคคลที่มีอยู่

นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง

จากการทบทวนความหมายของเอกสารดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่งชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์และกิจกรรมที่ต่างกันไป ไม่เพียงแต่เป้าหมายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ สนุกสนานรื่นเริงเท่านั้น การท่องเที่ยวยังรวมถึงการเดินทางเพื่อการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม การประชุมสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจ และการหาประสบการณ์ใหม่ๆ เป็นต้น

2.1.2 ลักษณะของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวในปัจจุบันที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงทำให้มีการจัดรูปแบบของการท่องเที่ยวภายในประเทศให้มีความหลากหลายรูปแบบมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่ที่น่าสนใจและสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้อย่างดีนั้น โดยมีการแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้หลายรูปแบบ แบ่งตามลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ ได้ 5 ประเภท ดังนี้ (ประวีต ส่องแสง, 2557)

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล

นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตนเองและครอบครัว เพื่อนฝูง โดยใช้รถของตนเอง หรือ เช่า จัดทำ กำหนดการเองว่าจะไปไหนไปเมื่อไร แวะพักที่ไหน ที่เที่ยวที่ไหน ใช้เวลาเท่าไร งบประมาณเท่าไร

2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือแบบนำเที่ยว

นักท่องเที่ยวมาพบกันโดยมิได้นัดหมาย จ่ายเงินให้กับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวเลือกรายการที่ ตรงกับต้องการของตน ขาดอิสระไปบ้าง แต่บริการทุกอย่างบริษัทท่องเที่ยวจัดการให้ ค่าใช้จ่ายจะน้อยกว่าการส่วนบุคคล

3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาของการท่องเที่ยว

3.1 การท่องเที่ยวตามคาบเวลายาว การพักอยู่ ณ ที่แห่งใดแห่งหนึ่งเป็นสัปดาห์ หรือเป็นเดือน เช่น นักโบราณคดีไปขุดซากไดโนเสาร์ที่กาฬสินธุ์นานกว่า 3 เดือนแล้ว

3.2 การท่องเที่ยวตามเวลาสั้น การพักอยู่ ณ ที่นั้น ๆ 2 – 3 วัน แต่ไม่เกิน 10 วัน ประเภทนี้ จำเป็นต่อธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างมาก เช่น ไปเที่ยวเชียงใหม่ – เชียงรายในช่วงหยุดเทศกาลสงกรานต์

3.3 การท่องเที่ยวแบบทัศนจร ไม่มีการพักแรม ใช้เวลาท่องเที่ยวไม่เกิน 24 ชั่วโมง เช่น โรงเรียน นำนักเรียนไปเที่ยวอยุธยา

3.4 การท่องเที่ยวจัดตามยานพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว เช่น แฟมิลี่แรลลี่ไปกาญจนบุรี ปั่นจักรยาน รอบเกาะรัตนโกสินทร์ นั่งสามล้อรอบวัดพระแก้ว

3.5 การท่องเที่ยวแบบบวก นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาเที่ยวยังประเทศไทย

3.6 การท่องเที่ยวแบบลบบ นักท่องเที่ยวไทยไปเที่ยวต่างประเทศ

4. การท่องเที่ยวแบบบวกและแบบลบ

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลกระทบต่อดุลการค้าระหว่างประเทศ กล่าวคือถ้านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศกลุ่มหนึ่งเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศหนึ่งและนำเงินตรา ต่างประเทศมาใช้ในประเทศนั้น ก็จัดเป็นนักท่องเที่ยวแบบบวกของประเทศนั้น แต่ถ้าคนในประเทศนั้น ออกไปเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวของเขาเป็นการท่องเที่ยวแบบลบสำหรับประเทศนั้น เพราะเขา ต้องนำเงินตราออกไปใช้นอกประเทศ

5. การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย

การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจ่ายเงินจำนวนหนึ่งให้แก่บริษัทนำเที่ยว ให้เพียงพอ อย่างน้อยที่สุด สำหรับค่าเดินทาง ค่าพักแรม ค่าอาหาร รวมทั้งรายการพิเศษอื่น ๆ การคิดราคาสำหรับการท่องเที่ยว

แบบนี้ มักคิดเป็นรายบุคคล หรือเป็นคู่ ต่อหนึ่งห้องคู่ นักท่องเที่ยวแบบนี้มักเป็นคู่บ่าวสาวที่ไปฮันนีมูน คณะ ท่องเที่ยวในวันสุดสัปดาห์หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ใหญ่นัก ที่จะไปสนุกสนานประเภทเดียวกัน จุดท่องเที่ยวปลายทาง การท่องเที่ยวแบบเหมาจ่ายแทบทั้งสิ้นเป็นงานของบริษัทนำเที่ยว (กัญญา พงศ์จันทร์เสถียร, 2555)

รูปแบบการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทางการท่องเที่ยวในลักษณะนี้แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบใหญ่ ตามลักษณะของการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ และการท่องเที่ยวแบบอิสระ (ชวัลนุช อุทยาน, 2551)

1. การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวซื้อรายการนำเที่ยว (Package Tour) จากบริษัทนำเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวน 11 คนขึ้นไป อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะอาจมีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยกว่า 11 คน ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจของบริษัทนำเที่ยวทั้งนี้บริษัทนำเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full package) หรืออาจจัดสรรบริการเพียงบางสิ่งบางอย่างให้เท่านั้น

หากเป็นลักษณะการท่องเที่ยวที่มีโปรแกรมการเดินทางเป็นหมู่คณะในราคาพิเศษที่มีการจ่ายล่วงหน้าโดยไม่มีเงื่อนไขว่าคณะดังกล่าวจะต้องเดินทางโดยเที่ยวบินเดียวกันทั้งไปและกลับ ตลอดจนใช้เวลาทั้งหมดในการเดินทางร่วมกัน เรียกว่า การท่องเที่ยวเป็นกลุ่มแบบจ่ายเบ็ดเสร็จ (Group Inclusive Tour : GIT หรือ All Inclusive Tour : AIT) โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ เป็นหมู่คณะ ด้วยรถนำเที่ยว โดยมีมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้นำทาง และบรรยายเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การท่องเที่ยวลักษณะนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาเยือนสถานที่นั้นเป็นครั้งแรก (First Visitor) และยังไม่คุ้นเคยหรือไม่ได้ศึกษาเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ มาก่อน

เหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกการเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ

1.1 ประหยัดเงิน เนื่องจากการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เป็นแบบเหมาจ่าย และมีจำนวนผู้เดินทางมาก บริษัทนำเที่ยวจึงสามารถให้ราคาพิเศษแก่นักท่องเที่ยวได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวก็ได้รับการบริการที่ ถูกกว่าการเดินทางด้วยตนเอง

1.2 ได้เพื่อนร่วมทาง นักท่องเที่ยวที่ต้องเดินทางคนเดียวไปในสถานที่แปลกใหม่ ก็จะไม่รู้สึกโดดเดี่ยว และรู้สึกปลอดภัย เมื่อเดินทางเป็นหมู่คณะไปกับบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ยังอาจได้เพื่อนให้ที่มีรสนิยมและความสนใจใกล้เคียงในคณะที่เดินทางไปด้วยกัน

1.3 ความเหมาะสมคล่องตัว โดยเฉพาะในเรื่องการวางแผนการเดินทาง เนื่องจากการเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัทนำเที่ยวจะมีการวางแผนและการเตรียมการล่วงหน้า รวมทั้งการดูแลเรื่องความปลอดภัยและปัญหาเฉพาะหน้าที่จะเกิดขึ้นโดยผู้จัดการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจึงไม่ต้องเสียเวลาในการตัดสินใจหรือแก้ปัญหาใดๆในระหว่างการท่องเที่ยว จึงรู้สึกสบายและท่องเที่ยวได้

1.4 ความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร หากเป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่มีภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างจากตัวนักท่องเที่ยวมาก และนักท่องเที่ยวไม่สามารถสื่อสารภาษานั้นได้ การเดินทางเป็นหมู่คณะไปกับบริษัทนำเที่ยวจะช่วยลดอุปสรรคดังกล่าวได้

1.5 สิทธิพิเศษที่ได้รับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปหมู่คณะ อาจได้รับสิทธิพิเศษบางอย่าง เช่น การเยี่ยมชมสถานที่สำคัญบางแห่งจะเปิดให้แก่นักท่องเที่ยวคณะเท่านั้น หรือการได้เดินทางไปกับบุคคลสำคัญในคณะ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT – Foreign Individual Tourism) เป็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตนเองทุกอย่าง หรือการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางส่วน เช่น การจองบัตรโดยสารเครื่องบิน การจองที่พัก เป็นต้น แต่เป็นผู้วางแผนการท่องเที่ยวที่จะเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมื่อใด และจะใช้เวลานานเท่าใด เป็นความรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวคนนั้นเอง ในกรณีการท่องเที่ยวในลักษณะนี้นักท่องเที่ยวเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่นแล้ว แต่หากนักท่องเที่ยวไม่คุ้นเคยกับเส้นทางหรือสถานที่นั้นๆ ก็อาจเสียทั้งเวลาและเงินทองมากเกินความจำเป็นได้ การท่องเที่ยวประเภทนี้จึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มีการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นๆมาก่อน หรือเป็นนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นซ้ำอีกครั้ง ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยกับสถานที่นั้นดีแล้ว

เหตุผลหลักที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ คือ

2.1 มีความเป็นส่วนตัวสูง และสามารถยืดหยุ่นเวลาได้ตามต้องการ ทั้งนี้หากเดินทางเป็นหมู่คณะกับบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตามเวลาที่กำหนดไว้ในรายการนำเที่ยวอย่างเคร่งครัด โอกาสที่จะเยี่ยมชมสถานที่ที่สนใจอย่างละเอียดจึงมีน้อย

2.2 ต้องการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากกว่าปริมาณแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน กล่าวคือ หากท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ นักท่องเที่ยวมักจะไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่นักท่องเที่ยวกลับไม่มีเวลาได้ศึกษาสถานที่นั้นอย่างละเอียดอย่างที่ต้องการ หรือขาดโอกาสที่จะได้เรียนรู้วัฒนธรรม หรือรู้จักกับคนในท้องถิ่นได้เต็มที่ นักท่องเที่ยวจึงเพียงได้แต่สัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวนั้นโดยผิวเผิน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระจะมีโอกาสในการสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือนได้อย่างลึกซึ้ง ตามความต้องการ เนื่องจากมีเวลามากกว่า และสามารถวางแผนการเดินทางได้ด้วยตนเอง

ในปัจจุบันลักษณะของการท่องเที่ยวมีให้เห็นอย่างหลากหลาย ซึ่งขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยในการท่องเที่ยวนั้นจะมีการเดินทางไปท่องเที่ยวในระยะเวลาหนึ่ง อาจจะเป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวกับครอบครัว หรือเพื่อนโดยรถยนต์ส่วนตัว หรือจะเป็นลักษณะของการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยบริษัททัวร์จัดขึ้น ซึ่งในปัจจุบันก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในด้านต่างๆ เป็นต้น

2.1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

การจัดรูปแบบประเภทการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ได้แบ่งออกไปตามปัจจัยหลายๆ อย่าง ซึ่งทำให้การท่องเที่ยวเกิดขึ้นในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปอย่างหลากหลาย แต่ประเภทการท่องเที่ยวที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้จัดแบ่งไว้ตามความสำคัญ และสภาพแวดล้อม 12 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้น จะต้องมีการบูรณาการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุตัวกิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบัน

มีปรากฏอยู่หลายๆ แห่ง ตัวอย่าง เช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทาง วิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting and Incentives and Conventions and Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทาง ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา รวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมี เหตุการณ์ สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่นโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพง เมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากร ธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้ อาจจะเป็นความงดงาม ตามสภาพธรรมชาติ ความ แปลกตาของสภาพธรรมชาติ สัตว์หายากที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อัน เป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ ของท้องถิ่น นั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทางวิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อน และเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญใน แง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนาศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และ สนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยว ประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้า พื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยใน ประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอย กระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ ให้บริการด้านสุขภาพจากน้ำพุร้อนธรรมชาติในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อน ธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน ธรรมชาติ

อย่างชัดเจน โดยเน้นในด้านการกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่างๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากน้ำพุร้อน จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติประเภทหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจน การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวใดๆ อาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้ นอกจากนี้ การจัดทำเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ยังมีเป้าหมายเพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้นำไปใช้ เป็น เครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตน และยังสามารถใช้เป็นข้อมูล ที่สำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่งการดูนก และการตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ ซึ่งหมายถึง แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โดยมีเกาะเป็นทรัพยากรที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะสามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด 47 ตัวชี้วัด โดยแต่ละตัวชี้วัดมีค่าคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน จึงมีค่าคะแนนรวมทั้งสิ้น 235 คะแนน โดยการให้คะแนนจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบคุณค่าด้านการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นแรงดึงดูดใจสำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการมีความสำคัญของคะแนนรองลงมา และองค์ประกอบด้านศักยภาพในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญของคะแนนน้อยที่สุด

12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้องค์การการท่องเที่ยวโลก (Goeldner และ Ritchie, 2006: 428) ยังได้กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ 3 แบบเพื่อตอบสนองความต้องการท่องเที่ยว โดยมีรูปแบบในการท่องเที่ยว คือ

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ หมายถึง การท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ โดยประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Eco Tourism) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Tourism) การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism)

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) และการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism หรือ Village tourism)

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ หมายถึง การท่องเที่ยวที่ผสมผสานการท่องเที่ยวกับความต้องการอื่นเพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือ

วัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism), การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism), การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) และการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay Tourism)

เนื่องจากสภาพภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกัน จึงส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะที่แตกต่างกัน ซึ่งในแต่ละสถานที่จะมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยสถานที่ท่องเที่ยวจะมีทั้งประเภทที่เป็นการท่องเที่ยวเชิงทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี ประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ หรือการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะร่วมกัน เป็นต้น ในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรม หรือโฮมสเตย์ (Home Stay) ได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบทในแหล่งวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง โดยปัจจุบันได้มีการผสมผสานการท่องเที่ยวกับการเรียนรู้เอกลักษณ์ ความเป็นอยู่ รวมถึงวัฒนธรรมประเพณีของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการท่องเที่ยว และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2.2 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประเภทหนึ่ง โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดจากนำแนวคิดที่สำคัญ 2 แนวคิดมาผนวกกันนั่นก็คือ แนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) และแนวคิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources Conservation) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดยรวมแล้วประกอบด้วย ธรรมชาติที่ให้ความพอใจแก่นักท่องเที่ยว กติกาและความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ธรรมชาติอย่างยั่งยืน การเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรูปแบบหนึ่ง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ว่าเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทซึ่งจะให้ผลประโยชน์อย่างมากขึ้นในอนาคต การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นี้เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ ที่ดำเนินการบนแนวคิดของการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ นอกเหนือจากลักษณะรูปธรรมด้านอื่นๆ เช่น การดำน้ำ เดินป่า เป็นต้น การท่องเที่ยวโฮมสเตย์นี้สามารถตอบสนองความต้องการใหม่ๆ ของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ให้คุณค่าแก่วัฒนธรรมและระบบนิเวศในชุมชนได้มากกว่า โดยชุมชนจะมีบทบาทเกี่ยวข้องอย่าง

ชัดเจนตั้งแต่การดำเนินกิจกรรม การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว การเตรียมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวจนถึงการพัฒนาชุมชนในที่สุด ดังนั้นการจัดการจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อน

วิถีชุมชนของคนในท้องถิ่นต่างๆ ของประเทศไทยนั้นมีเสน่ห์และเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้วยความเรียบง่ายของชีวิตประจำวัน กับการประกอบอาชีพดั้งเดิมที่ผูกพันเกี่ยวพันกับธรรมชาติรอบตัว จนผู้คนต่างถิ่นต่างแดนต่างวัฒนธรรมอยากจะเข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่กิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบที่เรียกว่า โฮมสเตย์ นั้น สามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งกิจกรรมดังกล่าว นับเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่พยายามไม่ให้การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น จนทำให้แหล่งท่องเที่ยววันนั้นเสื่อมโทรม

2.2.1 ประวัติความเป็นมาที่พักโฮมสเตย์

การกำเนิดของโฮมสเตย์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มีจุดเริ่มต้นมาจากทวีปยุโรปในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้คนเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวและที่พักห่างไกลชุมชนเมือง และร่องรอยความกดดันของสงครามไปสู่พื้นที่ชนบท ที่เต็มไปด้วยความสงบ ร่มรื่น ธรรมชาติที่สวยงาม ก่อให้เกิดที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ ขึ้น ได้แก่ ที่พักพร้อมอาหารเช้า (Bed and Breakfast) บ้านพักในฟาร์ม (Farm House) เกสต์เฮาส์ (Guest House) และโฮมสเตย์ (Home Stay) โดยดำเนินการภายใต้แนวคิดเดียวกัน คือ ผู้มาพักเป็นแขกของบ้าน มีใช้ห้องพักเที่ยว (ชูวิทย์ ศิริเวชกุล. 2544: 29)

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชน และการที่รัฐบาลออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานต่างๆ เริ่มหันมาให้ความสำคัญกับ การสร้างรายได้ ให้กับชุมชนโดยใช้ การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดกิจกรรม การท่องเที่ยว หลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์ก็เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมาก ทั้งจากองค์กรท้องถิ่น องค์กรเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นมานับได้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 แล้ว โดยสามารถแบ่งยุคของโฮมสเตย์ในประเทศไทยได้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545)

ยุคเริ่มต้น (ปี 2503-2525) การท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์กระจายอยู่ในกลุ่มนิสิต นักศึกษา กลุ่มออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท ต้องเรียนรู้วิถีชีวิต รับทราบปัญหาในชนบท เพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ การท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์กระจายไปในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า โดยเฉพาะใน

แถบภาคเหนือ ของประเทศไทย นักท่องเที่ยว จะพักตามบ้านชาวเขา โดยจุดพักนั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทาง การเดินป่า

ยุคกลาง (ปี 2526 - 2536) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น การพักค้างในรูปแบบของโฮมสเตย์ ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังหมู่บ้าน ชาวเขา ที่กว้างขวางมากขึ้น อย่างไรก็ตามในระยะนี้การท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่าที่มีการจัดการใน รูปแบบโฮมสเตย์เริ่มสร้างปัญหาต่างๆขึ้นในสังคม อาทิ ปัญหาเสพติด ปัญหาโสเภณี ปัญหาการฆ่าชิง ทรัพย์

ยุคตั้งแต่ปี 2537 – ปัจจุบันยุคนี้เป็นการเน้นกระแส การพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจะพบได้ ว่า การท่องเที่ยว จะมีแนวโน้มที่ จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในระยะประมาณปี 2537-2539 ในกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวไทย เริ่มมีการท่องเที่ยวในรูปแบบ โฮมสเตย์ โดยกลุ่มนำร่องคือ กลุ่มที่เป็นนักกิจกรรม สังคมทั้งรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ เท่าที่สืบค้นพบว่าพื้นที่ที่ดำเนินการเรื่องโฮมสเตย์ก็จะเป็นพื้นที่ที่องค์กรพัฒนา เอกชนไทย เข้าไปดำเนินการ เช่น เกาะยาว จ.พังงา (กลุ่มประมงชายฝั่ง/อวนลาก อวนรุน) หลังจากพื้นที่ เกาะยาว จ.พังงา ได้มีพื้นที่อื่นๆ เพิ่มขึ้น อาทิ หมู่บ้านคีรีวง จ.นครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จ.เชียงใหม่ (เกษตรทางเลือก) บ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เข้มเฉลิม (เกษตรยั่งยืน) บ้านห้วยแม่ซ้าย จ.เชียงราย

ปี 2539 เป็นต้นมา ได้มีการเคลื่อนไหวในกลุ่มนักธุรกิจ ผู้ประกอบการ ด้านการท่องเที่ยว โดย นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure) การท่องเที่ยว เชิงนิเวศน์ (Ecotourism) และโฮมสเตย์ เข้าไว้ด้วยกัน

ปี 2541 – 2542 รัฐบาลได้ประกาศให้เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ทุกหน่วยงาน ของภาครัฐมีนโยบาย สนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน และขยายกิจกรรมโฮมสเตย์เพิ่มมากขึ้น เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง อ.กุฉินารายณ์ จ. กาฬสินธุ์ บ้านทรงไทยปลายโพงพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม รวมถึงพื้นที่ ชนกลุ่มน้อย กลุ่มชนเผ่า หมู่บ้านชาวเขา การสนับสนุนการจัดโฮมสเตย์ด้วยเช่นกัน

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทั้งในกลุ่มชาวไทย และชาวต่างชาติ มีการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน เพื่อศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมหัตถกรรมของท้องถิ่นโดยมีโฮมสเตย์ที่มีความหมายมากกว่าการเป็นที่พัก เนื่องจากเป็นรูปแบบ

การท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลางและจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่างๆ ตามความต้องการของ นักท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วย

2.2.2 ความหมายของที่พักโฮมสเตย์

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มีให้เลือกหลายรูปแบบ ทั้งแบบเข้าไปกินอยู่ในบ้านของชาวบ้านในชุมชน เสมือนเป็นสมาชิกคนหนึ่งในครัวเรือน ใช้ชีวิตแบบเดียวกับชาวบ้านแทบทุกอย่าง รวมทั้งบางแห่งก็มีการประยุกต์เพิ่มความสะดวกสบายในการพักอาศัยขึ้นอีกระดับ แต่ก็ยังคงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้อย่างครบถ้วน และมีผู้ให้ความหมายของไว้อย่างหลากหลาย ได้แก่

ราชกิจจานุเบกษา (2555) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน โดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวพักได้ชั่วคราว ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง มีผู้พักรวมกันไม่เกิน 20 คน โดยมีค่าตอบแทน และจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควรอันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม ซึ่งเป็นไปตามบทนิยามคำว่า “โรงแรม” แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยว ตามหลักเกณฑ์ที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด

นักรบ ระวังการณ์ (2545) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักรวมกับเจ้าของบ้าน และมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยว โดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม

ณัฐชามณูช สุวิทย์พันธ์ (2545 : 29) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึง การจัดสรรพื้นที่บ้านพักเพื่อบริการนักท่องเที่ยวโดยคงความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมประจำถิ่น ภายใต้อัตลักษณ์และการยอมรับของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน

นงลักษณ์ อยู่เย็นดี (2546) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึง ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนได้อย่างใกล้ชิด โดยการพักค้างแรมกับชุมชน

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2548) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึงบ้านที่อยู่ในชุมชนชนบทที่มีประชาชนในชุมชนเป็นเจ้าของและเจ้าของบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวอาศัยอยู่ประจำ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึงบ้านพักที่อยู่ในชุมชนชนบทที่มีประชาชนเป็นเจ้าของบ้าน และประชาชน หรือสมาชิกในครัวเรือนอาศัยอยู่ประจำ และบ้านนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่ม / ชมรม หรือ สหกรณ์ที่ร่วมจัดกันเป็นโฮมสเตย์ในชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าพักร่วมกับเจ้าของบ้านได้ ซึ่งสมาชิกในบ้านมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งถ่ายทอดประเพณี วัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวและพานักท่องเที่ยว เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวและทำกิจกรรมต่างๆ เช่น เล่นน้ำตก ขี่จักรยาน นั่งเรือ เดินป่าศึกษาธรรมชาติ

Hatton (1999: 38) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า โฮมสเตย์หมายถึง รูปแบบที่นักท่องเที่ยวพักอาศัยในบ้านพักของคนในท้องถิ่น ใช้ชีวิตเหมือนกับคนในท้องถิ่นหากมีกิจกรรมใดๆในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวก็จะได้รับเชิญให้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ด้วยเช่นกิจกรรมการเรียนรู้การทำอาหาร การเข้าร่วมในงานพิธีแต่งงานแบบท้องถิ่น และการชมการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ก็จะเป็นตัวริเริ่มให้คนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่เกิดการยอมรับเห็นคุณค่าซึ่งกันและกัน เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และเป็นการเพิ่มพูนทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ เป็นต้น

ดังนั้นจากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า โฮมสเตย์หมายถึง บ้านพักที่อยู่ในชุมชนที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านซึ่งสมาชิกในบ้านมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวและมีการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน และศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนได้อย่างใกล้ชิด รวมถึงประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น

2.2.3 ความสำคัญของที่พักโฮมสเตย์

วิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมไทยในแต่ละท้องถิ่นของประเทศมีเอกลักษณ์หลากหลายจึงทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางเข้าไปสัมผัสเพื่อเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นด้วยตนเอง ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท หรือโฮมสเตย์ (Home stay) จึงเป็นกิจกรรมหนึ่งที่จะสนองตอบความต้องการ จากความสนใจการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนแต่ละท้องถิ่นของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท หรือโฮมสเตย์ (Home stay) จึงส่งผลให้เกิดผลกระทบในด้านต่างๆ ดังนี้

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม คือ ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์เพิ่มขึ้น เช่น การเพิ่มขึ้นของป่าชายเลน เมื่อชุมชนมีชื่อเสียงเริ่มมีคนภายนอกเข้ามาซื้อที่ดิน การพังทลายของดินริมตลิ่ง เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมากเกินไปในช่วงสงกรานต์ ของเสียที่เกิดขึ้นบางครั้งเกิดจากชุมชนใกล้เคียงไม่ได้ดูแลรักษา สิ่งแวดล้อมก็ส่งผลกระทบต่อหมู่บ้านที่ทำโฮมสเตย์ เช่น น้ำเสียที่มีจากชุมชนใกล้เคียงมลภาวะทางเสียงหลายชุมชนจัดการได้ แต่บางชุมชนไม่สามารถจัดการได้ เนื่องจากมีปริมาณนักท่องเที่ยวมากเกินไปขีดความสามารถในการรองรับ

ผลกระทบด้านต่อมาคือด้านวัฒนธรรม ซึ่งชุมชนบางแห่งได้มีการประยุกต์และดัดแปลงสิ่งของ เช่น งานปัก งานทอผ้า งานจักสาน ออกขายเพื่อเป็นที่ระลึก มีการรื้อฟื้น ฟื้นฟูการแสดง และการละเล่นต่างๆ เด็กและเยาวชนได้รับการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งนี้มีการปรับปรุงคำร้อง ทำนอง เพลงพื้นบ้านให้เหมาะสมกับระยะเวลาในการแสดงให้นักท่องเที่ยวชม และปรับเปลี่ยนการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้เรียบง่ายขึ้น ซึ่งจากเดิมเคยทำเป็นพิธีการใหญ่ต้องระดมคนและมีการจัดเตรียมล่วงหน้า แต่เมื่อนักท่องเที่ยวมาบ่อยขึ้น การทำเป็นพิธีการใหญ่กลายเป็นภาระ จึงมีการปรับให้เรียบง่ายขึ้น

ส่วนผลกระทบด้านสังคม เช่น ผู้ได้รับประโยชน์หรือเข้าถึงทรัพยากรคือชนชั้นนำในชุมชน คือคนที่มีประสบการณ์ มีความรู้ความสามารถและจะเป็นผู้กำหนดเกณฑ์เพื่อให้เกิดมาตรฐาน ที่ทำให้คนระดับกลางหรือระดับล่างในชุมชนขาดโอกาส โดยกลุ่มผู้นำจะไม่ค่อยทำงานสนับสนุนกันและกัน หากผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันทำโฮมสเตย์ องค์การบริหารส่วนตำบลจะไม่เข้ามาสนับสนุน หากครูทำองค์การบริหารส่วนตำบลจะเข้ามาหนุน จึงส่งผลให้เกิดช่องว่างระหว่างกลุ่มต่างๆ ในด้านข้อมูลข่าวสารและที่ยืนบนพื้นที่สาธารณะ การมีพี่เลี้ยงที่มีกระบวนการทำงานเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมหรือชุมชน มีฐานงานอื่นที่เหนียวแน่น เป็นทุนที่สำคัญในการสร้างฐานที่เข้มแข็งเรื่องการบริหารจัดการ

ในด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้จากการท่องเที่ยวยังเป็นรายได้เสริม ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนไทยหรือดูงาน รายได้จะรวมอยู่ในกลุ่มที่เกี่ยวข้องที่มีจำนวนไม่มาก ในบางชุมชนสามารถแก้ไขปัญหาความยากจนได้ในระดับหนึ่ง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการมีโฮมสเตย์ และการเติบโตของร้านค้าหรือรายขายของที่ระลึก จะสัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจภาพรวมมากกว่าการท่องเที่ยว (ผู้จัดการออนไลน์. 2551: ออนไลน์)

2.2.4 หลักการของที่พักโฮมสเตย์

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสูงเนื่องจากความสมบูรณ์พร้อมทั้งด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและด้านวิถี วัฒนธรรม ประเพณี ดังนั้นชุมชนต่าง ๆ ในประเทศตั้งแต่ระดับหมู่บ้านจึงร่วมกันพัฒนาชุมชนของตน โดยจัดบ้านพักแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท หรือโฮมสเตย์ (Home Stay) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พักอาศัย เรียนรู้วิถีชีวิตและทำกิจกรรมต่างๆ ทั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เชิงวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวผจญภัย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545)

การท่องเที่ยวแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทจึงเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ สัมผัสวิถีชีวิต อรรถาศัย น้ำใจไมตรี ของคนไทย รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นควบคู่ไปกับการเรียนรู้ ท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ชุมชนที่สนใจจะจัดบ้านพักแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทจะต้องมีการรวมกลุ่มกันอย่างน้อย 3 ครัวเรือน มีการบริหารจัดการแบ่งสรรผลประโยชน์เพื่อส่วนรวมร่วมกัน โดยขอยื่นมาตรฐานที่กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำหรับผู้ที่มีบ้านหรือห้องพักที่เป็นเจ้าของคนเดียวไม่มีการรวมกลุ่มกันในชุมชนจะไม่จัดว่าเป็นที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทตามที่มีประกาศในราชกิจจานุเบกษา (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยวกรมส่งเสริมการท่องเที่ยว. 2553) โฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานประยุกต์จากตัวชี้วัดสัมผัสวัฒนธรรมชนบท พ.ศ. 2554 ประกอบด้วยดัชนี 10 ด้าน 31 ตัวชี้วัด ของกรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

- 1.1 ด้านที่พัก ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด คือ 1) ลักษณะบ้านที่เป็นสัดส่วน 2) ที่พักที่นอน สะอาดและสบาย 3) มีห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด 4) มีมุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน
- 1.2 ด้านอาหาร ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด คือ 1) ชนิดของอาหารและวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร 2) มีน้ำดื่มที่สะอาด 3) ภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด 4) ห้องครัวและอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวถูกสุขลักษณะ
- 1.3 ด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น 2) มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย
- 1.4 ด้านอรรถาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย 2) การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ในวิถีชุมชน

- 1.5 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด คือ 1) มีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน 2) ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) เจ้าของบ้านหรือมีคฤหบดีท้องถิ่นหรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยว
- 1.6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัดคือ 1) มีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง 2) มีการดูแลแหล่งท่องเที่ยว 3) มีแผนงาน หรือมาตรการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว และลดสภาวะโลกร้อน 4) มีกิจกรรมในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และลดสภาวะโลกร้อน
- 1.7 ด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) การดำรงรักษาไว้เพื่อวัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น 2) การรักษาวิถีชุมชน คงไว้เป็นกิจวัตรปกติ
- 1.8 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นที่ระลึก ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว 2) มีผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
- 1.9 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วย 6 ตัวชี้วัด คือ 1) การรวมกลุ่มของชาวบ้าน 2) มีคณะกรรมการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ 3) กฎกติกาการทำงานของคณะกรรมการ 4) มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม 5) ระบบการจองล่วงหน้า ลงทะเบียน ชำระเงินล่วงหน้า 6) รายละเอียดค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน
- 1.10 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัดคือ 1) มีเอกสาร สิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน 2) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

หลักการของโฮมสเตย์ เป็นเรื่องที่สำคัญที่ทุกฝ่ายตั้งแต่รัฐบาลไปจนถึงชุมชน จะต้องเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อมิให้การส่งเสริมและพัฒนาเกี่ยวกับโฮมสเตย์หลงทาง และก่อให้เกิดปัญหาตามมาภายหลัง ประการแรก ต้องไม่ถือเป็นนโยบายว่าจะต้องมีโฮมสเตย์เกิดขึ้นในทุก ๆ หมู่บ้าน แต่ต้องคำนึงถึงความพร้อม ความรู้ความเข้าใจของชุมชนเป็นสำคัญ และชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) ได้ให้หลักการและแนวทางปฏิบัติในการจัดการเกี่ยวกับที่พัก ซึ่งอาจเรียกว่าบัญญัติ 10 ประการ ดังนี้

1. เตียงนอนที่สะอาด สะดวก ปลอดภัยและถูกสุขลักษณะ ในราคา สมเหตุสมผล
2. ห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด
3. อาหารพื้นบ้านง่าย ๆ แต่ปรุงมาอย่างดี
4. ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม
5. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ เดินป่า ตกปลา ซี่ม้า ปั่นเขา ขี่จักรยาน
7. ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
8. ความบันเทิง การแสดงพื้นบ้าน อาทิ ดนตรี การเต้นรำ
9. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
10. ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของ เจ้าบ้าน

นอกจากหลักและแนวทางปฏิบัติของโฮมสเตย์ที่ได้กล่าวมาแล้ว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2555) ยังได้ให้หลักการในการจัดการโฮมสเตย์ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริมนอกเหนือรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัวเท่านั้น
 2. มีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้
 3. นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในบ้านเดียวกับที่เจ้าของบ้านอาศัยอยู่ โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน
 4. สมาชิกในครอบครัวต้องมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักค้างแรมในบ้าน พร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นนั้นแก่นักท่องเที่ยว
 5. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี
 6. บ้านนั้นควรเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น
- แนวทางของโฮมสเตย์ข้างต้นจะเห็นว่าเกี่ยวข้องกับการจัดบ้านพัก สภาพแวดล้อมที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมที่ชุมชนจัดให้นักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมสะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตของ

ชุมชนอย่างแท้จริง รวมถึงการปฏิบัติของคนในชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์โดยเน้นจุดขายอยู่ที่วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ

2.2.5 มาตรฐานของที่พักโฮมสเตย์

ในปัจจุบันโฮมสเตย์ได้รับความนิยมกันอย่างกว้างขวาง และมีความหลากหลาย ดังนั้นสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จึงมีการคัดสรรโฮมสเตย์มาตรฐานไทย เพื่อที่จะให้โฮมสเตย์มาตรฐานไทย คงความเป็นเอกลักษณ์ และสามารถเชื่อมโยงกับกิจกรรมอื่นที่ก่อให้เกิดรายได้ของชุมชน เช่น สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น อีกทั้งเพื่อให้โฮมสเตย์เป็นกิจกรรมที่เสริมรายได้เพิ่มเติมจากอาชีพหลักของชุมชนโดยก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนอย่างแท้จริง

มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย หมายถึง โฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินและได้รับตราสัญลักษณ์มาตรฐานโฮมสเตย์ ซึ่งรับรองโดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

โดยสัญลักษณ์ของโฮมสเตย์มาตรฐานไทย ประกอบด้วย หลังคาทรงไทยลายกลอน สีสน้ำตาล ใช้เป็นสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึง โฮมสเตย์ที่อยู่ในชนบทไทย และเป็นสัญลักษณ์ประจำชาติ Homestay สีเขียว หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวพักรวมกับเจ้าของบ้านในชายคาเดียวกันเพื่อศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม และธรรมชาติระบบนิเวศของชุมชน Standard Thailand สีแดง หมายถึง คำที่ใช้เพื่อยืนยันว่าเป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานของประเทศไทย ดังรูปภาพที่ 1

รูปภาพที่ 1 สัญลักษณ์ของโฮมสเตย์มาตรฐานไทย



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2555)

สำหรับเกณฑ์มาตรฐานโสมสเตย์ไทยประกอบด้วยมาตรฐาน 10 ด้าน และ 31 ตัวชี้วัด ได้แก่
มาตรฐานที่ 1 ด้านที่พัก

1.1 ลักษณะบ้านพักที่เป็นสัดส่วน

- เป็นบ้านของเจ้าของที่แบ่งปันที่นอน หรือห้องนอน อย่างเป็นทางการ หรืออาจปรับปรุงต่อเติมที่พัก ที่ติดกับบ้านเดิมเพื่อใช้เป็นที่พักหรือห้องนอนเป็นสัดส่วน

1.2 ที่พักที่นอนสะอาด และสบาย

- มีที่นอนสำหรับนักท่องเที่ยวอาจเป็นเตียง พูกหรือเสื่อ และมุ้งหรือมุ้งลวดเพื่อป้องกันยุงและแมลง

- มีเครื่องนอน อุปกรณ์ที่ใช้นอน ผ้าปู หมอน ปลอกหมอน ผ้าห่ม และได้รับการทำความสะอาดทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนนักท่องเที่ยวและเปลี่ยนเครื่องนอนตามความเหมาะสมในกรณีที่นักท่องเที่ยวพักหลายวัน

- มีราวตากผ้าหรือที่เก็บเสื้อผ้า

1.3 ห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมีดัดจริต

- มีความปลอดภัย มีที่ล็อคประตูอยู่ในสภาพใช้งานได้ดี มีความมีดจริต
 - มีขนาดของห้องน้ำที่เหมาะสม มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก
 - มีการแยกชั้นสำหรับตักอาบน้ำ
 - น้ำที่ใช้มีความสะอาด อาจเป็นประปาหมู่บ้าน ประปาภูเขา หรือน้ำดิบที่ปล่อยไว้ระยะหนึ่งและแกว่งสารส้ม

- มีถังขยะในห้องน้ำ

1.4 มุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน

- มีมุมพักผ่อน ที่สงบ สบายภายในบ้านหรือบริเวณโดยรอบที่สามารถนั่ง นอนและมีบรรยากาศผ่อนคลาย เช่น ลานบ้าน ใต้ต้นไม้ ศาลาหน้าบ้าน

- มีการดูแลบริเวณรอบบ้าน เช่น สวนครัว ต้นไม้ ร่องน้ำ ให้สะอาดปราศจากขยะ

มาตรฐานที่ 2 ด้านอาหารและโภชนาการ

2.1 ชนิดของอาหาร และวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร

- มีปริมาณ และประเภทอาหารที่เหมาะสม
- ผลิตโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ไม่ซื้ออาหารหรือกับข้าวถุง
- มีการปรุงอาหารอย่างถูกสุขอนามัย

2.2 น้ำดื่มที่สะอาด

- มีที่เก็บน้ำ / ภาชนะเก็บน้ำที่สะอาดไม่มีตะกอน มีฝาปิดมิดชิด
- มีน้ำดื่มที่สะอาด ผ่านกระบวนการทำความสะอาด

2.3 ภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด

- มีภาชนะที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ถ้วย ชาม จาน ช้อน ช้อนกลาง ทัพพี โถข้าวที่สะอาด ไม่มีคราบ และกลิ่นคาว กลิ่นอับ

2.4 ห้องครัว และอุปกรณ์ที่ใช้ในครัว มีความสะอาด

- ครัวอาจอยู่ในบ้าน หรือแยกจากตัวบ้านก็ได้ และมีการดูแลความสะอาดอยู่เสมอ
- มีอุปกรณ์การเก็บ เครื่องปรุง วัตถุดิบ ที่สะอาดสามารถป้องกันเชื้อโรคและสิ่งสกปรก เช่น มีที่เก็บมิดชิด ที่แขวน หรือมีฝาชีครอบ หรือคลุมผ้าสะอาด
- มีการจัดการขยะที่ถูกสุขอนามัย

มาตรฐานที่ 3 ด้านความปลอดภัย

3.1 การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

- มีแนวทางปฏิบัติเพื่อการช่วยเหลือเบื้องต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดเจ็บป่วย หรือได้รับอุบัติเหตุ
- มียาสามัญประจำบ้าน ที่อยู่ในสภาพใช้ได้ทันที (ยังไม่หมดอายุ)
- เจ้าของบ้านควรซักถามถึงโรคประจำตัวหรือบุคคลที่ติดต่อดีทันทีในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินกับนักท่องเที่ยว

3.2 การจัดระบบดูแลความปลอดภัย

- มีการแจ้งให้ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันรับทราบ ขณะมีนักท่องเที่ยวในบ้าน เพื่อขอความร่วมมือในการดูแลรักษาความสงบความปลอดภัย
- มีการจัดเวรยามดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น รถยนต์

- เมื่อมีเหตุร้ายต้องมีเครื่องมือสื่อสารติดต่อกับหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงได้

มาตรฐานที่ 4 ด้านอรรถาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน

4.1 การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย

- มีการแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมาชิกในครัวเรือนทุกคนที่อยู่ในขณะนั้น เพื่อรู้จักและเรียนรู้วิถีชีวิตของเจ้าของบ้านผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบ้าน เช่น เก็บผักสวนครัวร่วมกัน ทำกับข้าวร่วมกัน รับประทานอาหารร่วมกัน เป็นต้น

4.2 การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน

- เจ้าของบ้านมีการแลกเปลี่ยนให้ข้อมูล อาจเป็นเอกสารภาพถ่าย หรือการพูดคุยในเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรมในชุมชนอย่างเหมาะสม
- เจ้าของบ้านเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของตนเอง เช่น ไปดูไร่ นา ออกทะเล เก็บใบชา ทอผ้า จักสาน เป็นต้น ซึ่งจะเป็นโอกาสของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิต

มาตรฐานที่ 5 ด้านรายการนำเที่ยว

5.1 มีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน

- มีการวางแผนโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกันของชุมชนและกลุ่มโฮมสเตย์ เพื่อการกระจายรายได้ให้เกิดขึ้นในแต่ละหมู่บ้านหรือแต่ละกลุ่มกิจกรรม
- มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่สู่สาธารณะและนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน

5.2 ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว

- มีข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกันตามภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกได้

5.3 เจ้าของบ้านเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยว

- กลุ่มหรือเจ้าของบ้านเป็นผู้นำเที่ยวเพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ค่านิยมภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยว
- มีการจัดทำสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ รูปภาพ ภาพวาด เพื่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

มาตรฐานที่ 6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

6.1 ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

- มีแหล่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งอาจเป็นแหล่งธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัดเจดีย์ เป็นต้น หรือใช้แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการท่องเที่ยว

6.2 การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว

- ชุมชนมีกฎ กติกา การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อให้การใช้ประโยชน์เป็นไปอย่างยั่งยืน เช่น ปริมาณนักท่องเที่ยวที่ชุมชนรองรับได้ การไม่เก็บพันธุ์พืชออกจากป่า เป็นต้น

- มีกิจกรรมที่สัมพันธ์กับงานการฟื้นฟูอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ เช่น การปลูกป่า การจัดค่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสำหรับเยาวชน

6.3 แผนงานหรือมาตรการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวและลดสภาวะโลกร้อน

- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชนและกลุ่มโฮมสเตย์มีแผนงาน มาตรการ และแนวทางปฏิบัติในการจัดการขยะอย่างถูกวิธี เช่น การแยกขยะ ไม่เผาขยะ

6.4 มีกิจกรรมในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และลดสภาวะโลกร้อน

- เน้นใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น ห่อข้าวด้วยวัสดุที่มาจากธรรมชาติ

- มีกิจกรรมที่ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง เช่น ใช้จักรยานแทนการใช้รถ ใช้เรือพายแทนการใช้เครื่องยนต์ หรือการใช้หลอดประหยัดไฟในครัวเรือน

มาตรฐานที่ 7 ด้านวัฒนธรรม

7.1 การดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

- มีบ้านเก่า หรือบ้านที่แสดงถึงวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว

- มีการรวบรวมองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อนำสู่การเผยแพร่ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

- ชุมชนและโรงเรียนมีแผนงานฟื้นฟู อนุรักษ์ และถ่ายทอดวัฒนธรรม ศิลปะ และการละเล่นพื้นบ้าน

- ผู้แสดงทางวัฒนธรรมและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวางแผนเนื้อหา รูปแบบ และการนำเสนออย่างภาคภูมิใจ

7.2 การรักษาวินัยชีวิตชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ

- มีการดำเนินวิถีชีวิตที่เป็นปกติ เช่น การตักบาตร การทำบุญที่วัด การไหว้ศาลปู่ตา เป็นต้น ไม่ควรเปลี่ยนแปลงหรือจัดทำใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

มาตรฐานที่ 8 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์

8.1 ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก/ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว

- มีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือชุมชนสามารถนำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้ทั้งเป็นของบริโภค สิ่งประดิษฐ์ เสื้อผ้า สิ่งทอ ของที่ระลึก โดยใช้วัสดุและวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก

8.2 ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

- มีการนำเอาความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน พร้อมกันนั้นก็สามารถจัดทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น การสอนทอผ้า การจักสาน การละเล่นต่าง ๆ และการแสดงพื้นบ้าน

มาตรฐานที่ 9 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

9.1 การรวมกลุ่มของชาวบ้าน

- การบริหารจัดการต้องเป็นการรวมกลุ่มโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกกลุ่ม และชุมชน ต้องมีความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีการของโฮมสเตย์

9.2 คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์

- มีการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารงาน ได้แก่ ประธาน รองประธาน เற்றுญิก และกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละชุมชน

- คณะกรรมการทุกคนต้องมีความรู้ความเข้าใจในปรัชญาหลักการ ขั้นตอน วิธีการทำงานของโฮมสเตย์ ตามบทบาทหน้าที่ที่แต่ละคนได้รับมอบหมาย

9.3 กฎ กติกา การทำงานของคณะกรรมการ

- มีกฎ กติกา วาระการทำงาน การทำงานร่วมกันของคณะกรรมการ เช่น การจัดประชุม
อย่างต่อเนื่อง ก่อนจะรับนักท่องเที่ยว และหลังรับนักท่องเที่ยวหรือจัดประชุมประจำเดือน

- มีการจัดสรรเงินรายได้เข้าส่วนกลางของชุมชนเพื่อสาธารณประโยชน์ของชุมชน

- มีแนวทางในการทำงานของคณะกรรมการตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1. มีหลักเกณฑ์การเปิดรับสมาชิกโฮมสเตย์
2. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
3. มีรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการ และราคา
4. มีแนวปฏิบัติในการจองบ้านพัก และการชำระเงินล่วงหน้า

- มีแนวปฏิบัติของกลุ่ม เช่น การต้อนรับร่วมกัน การให้ข้อมูล การจัดลำดับกิจกรรม การ
ดูแลความปลอดภัย การติดตาม และประเมินผล เป็นต้น

9.4 มีการจ่ายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

- มีแนวปฏิบัติหมุนเวียนการให้บริการ เช่น บ้าน รถ เรือ มัคคุเทศก์ เป็นต้น

- มีระบบการคิดราคาที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม

- มีการจัดสรรรายได้เข้ากองทุนชุมชน

9.5 ระบบการจองการลงทะเบียนและการมัดจำล่วงหน้า

- มีระบบการจองล่วงหน้า

- มีการลงทะเบียนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมการและให้บริการแก่
นักท่องเที่ยว

- มีการชำระเงินล่วงหน้า ในอัตราส่วนที่ทางกลุ่มเป็นผู้กำหนด

9.6 รายละเอียดของค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน

- มีการระบุค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบันไว้ในข้อมูลการ
ประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยว ซึ่งอาจจะคิดเป็นรายคนหรือคิดในลักษณะเหมาจ่าย
 เป็นต้น

มาตรฐานที่ 10 ด้านประชาสัมพันธ์

10.1 เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน

- มีคู่มือ แผ่นพับ แผนที่การเดินทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว
ราคาและสถานที่ติดต่อ

10.2 แผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

- มีเป้าหมาย แผนงาน การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

2.2.6 เกณฑ์การตัดสินและระยะเวลาการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

1. เกณฑ์การตัดสิน

1) ผลคะแนนจากการตรวจประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์โฮมสเตย์จะต้องมีคะแนนถ่วงน้ำหนักมากกว่าร้อยละ 70.00 หรือมีคะแนนค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักมากกว่า 3.50 จึงจะผ่านมาตรฐาน

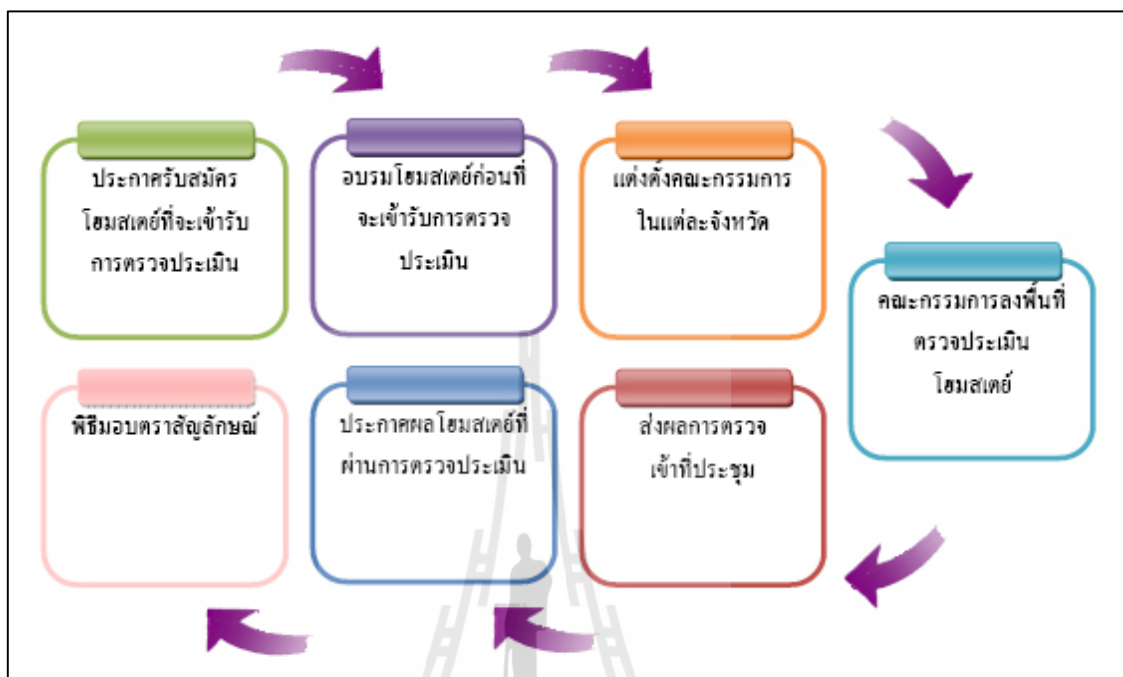
2) นำเสนอผลการตรวจต่อคณะกรรมการมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยส่วนกลาง เพื่อให้การรับรองมาตรฐาน

2. ระยะเวลาการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้กำหนดระยะเวลาการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จาก 2 ปี เป็น 3 ปี โดยการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยนั้น การตัดสินโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐาน โดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดขั้นตอนการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 7 ขั้นตอน มีขั้นตอนการประเมินดังรูปภาพที่ 2

- 1) ประกาศรับสมัครโฮมสเตย์ที่จะเข้ารับการตรวจประเมิน
- 2) อบรมโฮมสเตย์ก่อนที่จะเข้ารับการตรวจประเมิน
- 3) แต่งตั้งคณะกรรมการในแต่ละจังหวัด
- 4) คณะกรรมการลงพื้นที่ตรวจประเมินโฮมสเตย์
- 5) ส่งผลการตรวจเข้าที่ประชุม
- 6) ประกาศผลโฮมสเตย์ที่ผ่านการตรวจประเมิน
- 7) พิธีมอบตราสัญลักษณ์

รูปภาพที่ 2 ขั้นตอนการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2555)

2.2.7 ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐาน

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้พัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน ปี พ.ศ. 2557 มีโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินและได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ซึ่งรับรองโดยกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 140 แห่ง ครอบคลุมทุกภูมิภาคของประเทศ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบริการ

การจัดการธุรกิจในปัจจุบัน ได้เปลี่ยนแปลงจากเดิมไปอย่างรวดเร็ว มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วยจัดการระบบธุรกิจให้สามารถดำเนินงานได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้รูปแบบการจัดการธุรกิจได้เปลี่ยนไปโดยแผนกบริการต่างๆ เข้าไปเพื่อประโยชน์สูงสุดของการบริโภค ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ได้ให้ความหมายการตลาดบริการไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

2.3.1 ความหมายของการตลาดบริการ

ขวัญหทัย สุขสมณะ (2545) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า การตลาดบริการ หมายถึง กิจกรรมผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการของลูกค้า ยกตัวอย่าง เช่น โรงภาพยนตร์ โรงเรียน เป็นต้น บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อจะต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์ของบริการที่ได้รับ เพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อในแง่ของสถานที่ บุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารสัญลักษณ์ และราคา ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ให้บริการจะต้องจัดหา มา เพื่อเป็นหลักประกันในการตัดสินใจของผู้ซื้อ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2548) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า การตลาดบริการ หมายถึง กิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตนของธุรกิจให้กับผู้มารับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์ (2548) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า การตลาดบริการ หมายถึง กระบวนการขององค์กรหรือหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้หรือขายบริการ โดยปกติจะมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไร ซึ่งการให้หรือขายบริการดังกล่าวอาจจะเป็นการให้หรือขายโดยตรงสู่ลูกค้าหรือโดยทางอ้อมหรือโดยต่อเนื่องก็ได้

ฉัตยาพร เสมอใจ (2551) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า การตลาดบริการ หมายถึง กระบวนการในการวางแผน (Planning) การบริหารแนวความคิด (Concept) การตั้งราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Distribution) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สำหรับผลิตภัณฑ์บริการเพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรและตอบสนองความพึงพอใจของผู้ซื้อและผู้ใช้ได้

Lovelock และ Wirtz (2010) ได้ให้ความหมายของไว้ว่า การตลาดบริการ หมายถึง ปฏิกริยาหรือการปฏิบัติงานที่ฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับฝ่ายอื่น แม้ว่ากระบวนการ (Process) อาจผูกพันกับตัวสินค้าก็

ตาม แต่ปฏิบัติการก็เป็นสิ่งที่มองไม่เห็นจับต้องไม่ได้ และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สร้างคุณค่าและจัดหาคุณประโยชน์ (Benefits) ให้แก่ลูกค้าในเวลาและสถานที่เฉพาะแห่ง อันเป็นผล มาจากการที่ผู้รับบริการหรือผู้แทนนำเอาความเปลี่ยนแปลงมาให้

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปความหมายของการตลาดบริการหมายถึงกิจกรรมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกระบวนการในการบริการและการนำกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการ และผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจต่างๆ ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ความต้องการด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ในการจัดงาน ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

2.3.2 แนวคิดทางการตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ

บริการ (Service) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจ ที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล โรงแรม เป็นต้น บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเดาความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์ของการบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความมั่นใจในการซื้อในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดการเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น ดังนี้ (Lovelock และ Wirtz, 2007)

1. สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้บริโภค
2. บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งกายที่เหมาะสม บุคลิกภาพ หน้าตายิ้มแย้ม ต้อนรับ พูดจาดี เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเชื่อมั่นว่าบริการที่ซื้อจะดีด้วย
3. เครื่องมือ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานต้องอยู่ในสภาพสมบูรณ์และทันสมัย มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็ว และทำให้ลูกค้าพอใจ
4. วัสดุสื่อสาร (Communication Material) สื่อโฆษณาและเอกสารการโฆษณาต่างๆจะต้องสอดคล้องกับลักษณะของการบริการที่เสนอขายและลักษณะของลูกค้า

5. สัญลักษณ์ (Symbols) ชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเรียกชื่อได้ถูก ควรมีความหมายที่ดีเกี่ยวกับบริการที่เสนอขาย

6. ราคา (Price) การกำหนดราคาควรให้เหมาะสมกับระดับการให้บริการ และสอดคล้องกับสถานการณ์ของตลาดบริการประเภทต่างๆในขณะนั้น

2.3.3 คุณลักษณะของบริการ

บริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป โดย Lovelock และ Wirtz (2010) ได้อธิบายถึงความแตกต่างไว้ถึง 9 ประการดังนี้

1. ลูกค้ามิได้เป็นเจ้าของบริการ จุดเด่นพิเศษทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างสินค้าและบริการชัดเจนขึ้นอยู่กับความจริงที่ว่าลูกค้าผู้ได้รับคุณค่าจากบริการนั้น ๆ ไม่ได้เป็นเจ้าของอย่างถาวร

2. สินค้าที่เป็นบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถมองเห็นและจับต้องไม่ได้แม้ว่าบริการมักจะรวมองค์ประกอบของสิ่งที่มีตัวตนไว้ด้วย แต่ปฏิบัติการต่าง ๆ ในการบริการเองเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตน คุณประโยชน์ของการเป็นเจ้าของได้จากคุณสมบัติทางวัตถุของการใช้สินค้าที่ผลิตขึ้นมา ในด้านบริการประโยชน์ต่างๆ มาจากรูปแบบของการปฏิบัติการ

3. การมีส่วนร่วมของลูกค้าในกระบวนการผลิตส่วนใหญ่ปฏิบัติการเกี่ยวกับบริการ ลูกค้ามักจะมีส่วนเข้าร่วมในการช่วยสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นบริการ เช่น การใช้เอทีเอ็ม หรือการให้ความร่วมมือกับเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการในการผลิต เช่น ร้านอาหาร โรงแรม มหาวิทยาลัย หรือโรงพยาบาล

4. บุคคลถือเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์บริการ นอกจากลูกค้าผู้มีส่วนในการผลิตผลิตภัณฑ์บริการแล้ว บุคคลซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ในการให้บริการก็มี บทบาทสำคัญมาก ความแตกต่างระหว่างธุรกิจบริการมักจะขึ้นอยู่กับคุณภาพของพนักงานที่ให้บริการลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่าสภาพหรือรูปแบบของการให้บริการ มีการผันแปรไปตามลักษณะของลูกค้าและเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการเป็นส่วนใหญ่

5. ลักษณะความผันแปรของสิ่งที่ป้อนเข้าสู่ระบบการผลิต และผลผลิตการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ และลูกค้าในระบบการผลิตนั้นทำได้ยากที่จะสร้างให้เกิดความเป็นมาตรฐานและควบคุมความผันแปรทั้งในเรื่องสิ่งที่ป้อนสู่ระบบ และ ผลผลิตของการบริการ บริการที่ผลิตออกมาอาจผลิตภายใต้สถานะที่มีการควบคุม จนทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดทั้งในด้านผลผลิตและคุณภาพก็เป็นได้ ซึ่งอาจรวมถึงการตรวจสอบความสอดคล้องกับคุณภาพมาตรฐานก่อนที่จะถึงลูกค้า อย่างไรก็ตาม เมื่อมีการผลิต

และบริโอบบริการ การประกอบขึ้นมาเป็นขั้นสุดท้ายก็อาจเกิดความ ผันแปรแตกต่างกันไปตามลูกค้าแต่ละราย และระยะเวลาอาจจะเปลี่ยนแปลงไปก็เป็นที่น่าเป็นไปได้ ข้อสังเกตก็คือ ความผิดและข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นได้ในกรณีดังกล่าวซึ่งยากที่จะแก้ไขปิดบัง ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้องค์กรที่ขายผลิตภัณฑ์บริการปรับปรุงการผลิต ได้ยาก รวมถึงการควบคุมคุณภาพและเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลูกค้า

6. บริการเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยากในการประเมินคุณภาพ บริการบางอย่างเปรียบเทียบกันแล้วอาจเน้นที่ ประสบการณ์ที่เคยมีในอดีต ซึ่งสามารถเห็นได้หลังจากการซื้อหรือระหว่างการใช้บริการ เช่น รสชาติ ความสามารถ ในการสวมใส่ ง่ายต่อการถือครอง เราสามารถกล่าวได้ว่าบริการเป็นคุณสมบัติที่ลูกค้ารู้สึกว่าเป็นประโยชน์ที่ยาก (Credence) แม้ในภายหลังมีการใช้บริโอบบริการแล้วก็ตาม

7. ไม่มีสินค้าคงคลังสำหรับการบริการ เนื่องจากบริการเป็นลักษณะของการกระทำหรือปฏิบัติการมากกว่าที่จะเป็นวัตถุที่จับต้องได้ บริการเป็นสิ่งที่เรียกว่า เสื่อมสูญง่าย (Perishable) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ เป็นที่แน่นอนว่าเครื่องอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น เครื่องมือและแรงงานนั้น เราสามารถเก็บไว้รอที่จะนำไปสร้างบริการได้ แต่ก็ยังเป็นเพียงเครื่องแสดงถึงความสามารถในการผลิตเท่านั้น ไม่ใช่แสดงถึงตัวผลิตภัณฑ์ ในกรณีที่ อุปสงค์มีเกินกว่าความสามารถในการผลิต ลูกค้าอาจถูกยกเลิกการซื้อหรือไม่ขายบริการให้เพราะผลิตภัณฑ์บริการไม่สามารถมีสินค้าคงคลังไว้คอยสนับสนุนการขายได้

8. ความสำคัญของปัจจัยทางด้านเวลา บริการส่วนมากมักส่งมอบกันในเวลาจริงที่ลูกค้าปรากฏตัวเพื่อรับบริการจากองค์กร แต่มีข้อจำกัดอยู่ในเรื่องการรอคอยและระยะเวลาที่ลูกค้าจะเต็มใจรอรับบริการ ซึ่งควรมีการส่งมอบที่รวดเร็วพอ เพื่อที่ว่าลูกค้าจะได้ไม่เสียเวลา แม้แต่ในกรณีที่งานบริการเริ่มในท้องที่ลูกค้า ไม่สามารถมองเห็นได้ก็ตาม แต่ลูกค้ามีการคาดหมายว่างานนั้นควรจะเสร็จในระยะเวลาเท่าใด ในปัจจุบันลูกค้ามีความไวต่อความรู้สึกในเรื่องเวลามากขึ้นจนความรวดเร็วกลายเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญประการหนึ่งในเรื่องการบริหารที่ดี

9. ช่องทางการจำหน่ายแตกต่างกัน ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อาจต้องการช่องทางจำหน่ายสินค้าจากโรงงานไปยังลูกค้า แต่ธุรกิจบริการอาจให้ช่องทางที่แตกต่างกันไป เช่น ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ หรือมีการผสมผสานระหว่างโรงงาน ผลิตบริการ ร้านค้าปลีก และจุดบริโอบไว้ในสถานที่เดียวกันก็เป็นที่น่าเป็นไปได้ ในกรณีดังกล่าวบริษัท ผู้ผลิตบริการต้องรับผิดชอบในการบริหารเจ้าหน้าที่ผู้ที่จะต้องติดต่อกับลูกค้า และบริษัทอาจต้องบริหารพฤติกรรมลูกค้า เพื่อให้แน่ใจว่ามีการปฏิบัติงานส่งมอบ โดยเรียบร้อย รวมถึง

สามารถหลีกเลี่ยงสถานการณ์ที่พฤติกรรมของลูกค้าคนใดคนหนึ่งทำความรำคาญแก่ลูกค้ารายอื่นที่มารับบริการในเวลาเดียวกัน

2.3.4 การจำแนกการบริการ

ลักษณะของการบริการนั้นมีความหลากหลาย และแตกต่างกันออกไป โดย Lovelock และ Wirtz (2007) สามารถจำแนกออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่

1. ระดับการจับต้องได้หรือจับต้องไม่ได้ของกระบวนการบริการ การบริการเป็นสิ่งที่เป็นวัตถุและจับต้องได้ เช่น การบริการซักรีดหรือบริการที่เป็นกระบวนการเกี่ยวข้องกับสิ่งจับต้องไม่ได้ เช่น บริการห้องเช่า รายวัน รายเดือน

2. ผู้รับกระบวนการบริการโดยตรง เช่น การซักรีดลูกค้าเองก็พยายามเสาะหาบริการเพื่อซ่อมแซมหรือปรับปรุงสินค้าของตนให้กลับคืนสู่สภาพดี แต่ลูกค้าก็ยังไม้เข้าไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการส่งมอบบริการ และไม่ได้บริโภคคุณประโยชน์จากสินค้าจนกว่าเวลาจะผ่านไปสภาพของการพบปะเพื่อการบริการระหว่างผู้จัดหาบริการกับลูกค้ามีความแตกต่างกันมากน้อยตามแต่การเข้าร่วมของลูกค้าในการให้บริการ

3. สถานที่และเวลาในการส่งมอบบริการ ขณะที่มีการออกแบบระบบการส่งมอบ นักการตลาดบริการต้องถามตนเองก่อนว่าลูกค้าต้องการไปถึงสถานที่ขององค์กรที่ให้บริการหรือไม่ หรือว่าบริการควรจัดส่งมาให้ลูกค้าหรือบางที่อาจเกิดการปฏิบัติตอบโต้ผ่านช่องทางวิทยุหรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

4. การปรับแต่งบริการให้ตรงตามความต้องการกับความเป็นมาตรฐาน เราอาจจำแนกบริการออกไปตามระดับของการปรับแต่งบริการให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าหรือจัดให้บริการเป็นมาตรฐานเดียวกันในการส่งมอบบริการได้ด้วย การตัดสินใจทางการตลาดที่สำคัญก็คือลูกค้าทุกรายจะได้รับการบริการที่เหมือนกันหรือไม่ หรือลักษณะต่างๆของการบริการจะต้องปรับให้เข้ากับความต้องการของลูกค้าแต่ละคน

5. สภาพความสัมพันธ์กับลูกค้า บริการบางอย่างเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ โดยที่ลูกค้าแต่ละคนเป็นที่รู้จักของบริษัทเป็นอย่างดีและรายการทั้งหมดของลูกค้าจะถูกบันทึกไว้ที่ละราย แต่ในบริการด้านอื่น ลูกค้าไม่ได้แสดงตนจะทำรายการติดต่ออย่างรวดเร็วและคลาดไปจากสายตาของบริษัทในทันที

6. ขอบเขตที่อุปสงค์และอุปทานอยู่ในความสมดุล อุตสาหกรรมบริการบางอย่างประสบกับอุปสงค์ที่ผันผวนเป็นอย่างมาก เมื่ออุปสงค์ของบริการผันผวนมากตลอดเวลาจะต้องมีการปรับขีดความสามารถเพื่อให้เข้ากับระดับอุปสงค์หรือไม่ กลยุทธ์ทางการตลาดจะต้องนำไปประยุกต์เพื่อใช้ในการคาดคะเนและทำให้ระดับอุปสงค์ราบเรียบ เพื่อนำไปสู่ความสมดุลของขีดความสามารถ ความผันผวนของอุปสงค์ในบางครั้งผูกกับเหตุการณ์ที่นักการตลาดไม่อาจควบคุมได้

7. ขอบเขตที่บุคคลและเครื่องมือเครื่องใช้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์เกี่ยวกับการบริการ ประสบการณ์เกี่ยวกับการบริการของลูกค้ามักถูกปรับแต่ง โดยสิ่งที่เขาได้พบเจอในรูปองค์ประกอบที่เป็นวัตถุดิบและจับต้องได้

นอกจากนี้ ประสิทธิ์ พรธณพิสุทธิ์ (2540) ยังได้จำแนกลักษณะการให้บริการ เพื่อการให้บริการเกิดความรวดเร็วถูกต้อง ครบถ้วนทุกขั้นตอน และมีความเสมอภาค 2 ลักษณะ ได้แก่

1. การให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) คือ การให้บริการในสถานที่เดียวทั้งหมด ทุกหน่วยงานที่ให้บริการ ที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิด และต้องให้บริการแล้วเสร็จเพียงครั้งเดียว โดยผู้มาติดต่อใช้เวลาน้อยและเกิดความพึงพอใจ

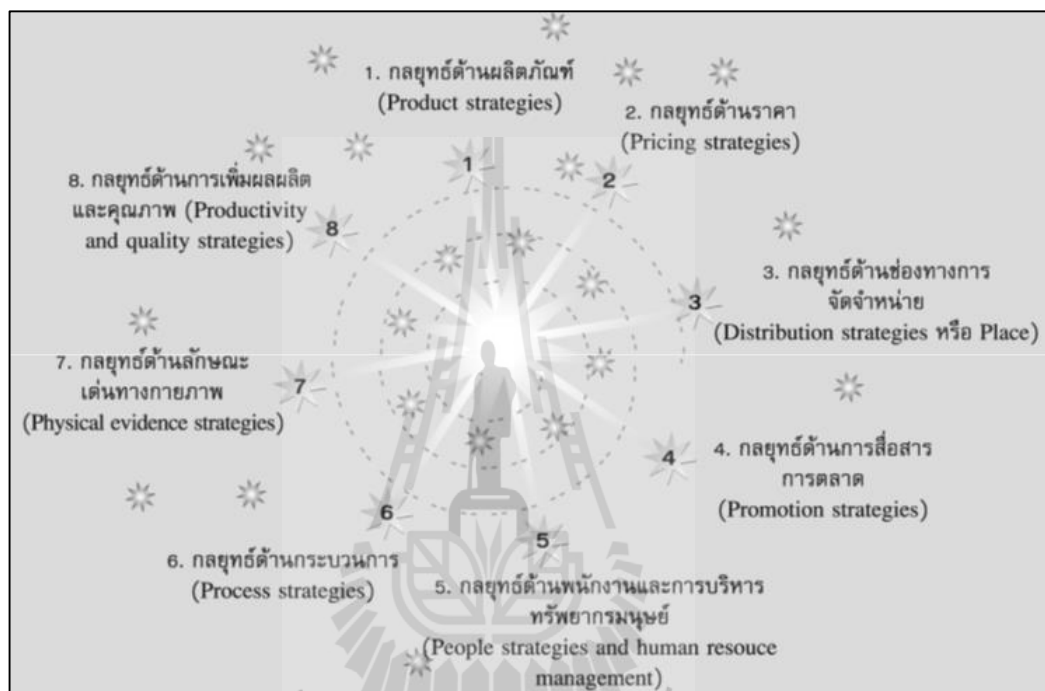
2. การให้บริการแบบอัตโนมัติ (Automatic Service) เป็นการให้บริการโดยใช้เครื่องมือที่ทันสมัย มีอุปกรณ์เพียงพอ ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา ประหยัดคน

2.3.5 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

การบริการ เป็นกิจกรรมที่บุคคลหรือพนักงานปฏิบัติเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการทำธุรกิจของบริษัทต่างๆ มักประกอบด้วยสินค้า (Goods) และบริการ (Services) รวมอยู่ด้วยกัน หรือประสมประสานกันอย่างแยกจากกันไม่ออก ซึ่งถ้าพิจารณาที่ละส่วนแล้วก็จะมี 2 ส่วนประกอบกัน คือ (1) ส่วนที่เป็นสินค้าที่แท้จริง (Pure goods) ได้แก่ วัตถุ อุปกรณ์ หรือสิ่งของซึ่งผู้ผลิตผลิตออกมาเพื่อขายให้ลูกค้า ซึ่งมีคุณประโยชน์ในตัวของมันเองที่ลูกค้าได้รับโดยตรงโดยปราศจากคุณประโยชน์จากการบริการ (2) การบริการที่แท้จริง (Pure services) เป็นกิจกรรม หรือการกระทำหรือการปฏิบัติต่อลูกค้า โดยไม่มีส่วนของสินค้าประกอบอยู่ด้วย ในความเป็นจริงแล้วการบริการหลายอย่างจะมีส่วนของสินค้าเป็นองค์ประกอบอยู่ด้วยกระบวนการในการวางแผนบริการส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ

(Marketing Mix'8Ps) โดย Lovelock และ Wirtz (2007) ได้ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย (รูปภาพที่ 3)

รูปภาพที่ 3 แสดงกลยุทธ์การบริหารการตลาดบริการ 8 ประการ



ที่มา : ปรับปรุงจาก Lovelock และ Wirtz (2007)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง ทุกส่วนประกอบของการให้บริการที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ได้แก่ ลักษณะที่เป็นผลิตภัณฑ์หลัก (Core product) และบริการเสริม (Supplementary services) เช่น การให้บริการรักษาทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วย (1) ลักษณะทางกายภาพของสินค้า (Physical goods feature) (2) ระดับคุณภาพ (Quality level) (3) อุปกรณ์ประกอบ (Accessories) (4) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) (5) การรับประกัน (Warranties) (6) สายผลิตภัณฑ์ (Product line) (7) การสร้างตราสินค้า (Branding)

2. การตั้งราคา (Price) เป็นมูลค่าของบริการในรูปของเงิน เวลา และความพยายาม เช่น การกำหนดราคาค่าบริการทางการแพทย์ การตั้งราคาประกอบด้วย (1) การตั้งราคาให้แตกต่างกันตาม

ลักษณะของลูกค้า (Price discrimination) (2) การตั้งราคาให้แตกต่างกันตามลักษณะของผลิตภัณฑ์/บริการ (Price differentiation) (3) ความสามารถยืดหยุ่นได้ (Flexibility) (4) ระดับราคา (Price level) (5) เงื่อนไขการชำระเงิน (Term of payment) (6) ส่วนลด (Discount) (7) ส่วนยอมให้ (Allowance)

3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) พื้นที่ในเว็บไซต์ (Cyberspace) และเวลาที่ให้บริการ (Time) เป็นการตัดสินใจว่าจะส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเมื่อใด (ควรใช้เวลาเท่าใดในการส่งมอบบริการ) ที่ไหน (การตัดสินใจด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) และอย่างไร (การตัดสินใจว่าจะใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางด้านกายภาพ หรือทางด้านอิเล็กทรอนิกส์) ซึ่งการตัดสินใจครั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของธุรกิจบริการ ซึ่งการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย (1) รูปแบบช่องทาง (Channel type) (2) ความทั่วถึงการเปิดรับจากลูกค้า (Exposure) (3) จำนวนระดับของช่องทาง (Number of levels) (4) การกำหนดประเภทของคนกลาง/การกำหนดจำนวน (ความหนาแน่น) ของคนกลาง (5) ทำเลที่ตั้งของร้านค้า (Outlet location) (6) การขนส่ง (Transportation) (7) การเก็บรักษา (Storage) (8) การบริหารช่องทาง (Managing channel)

4. การส่งเสริมการตลาดและการให้ความรู้ (Promotion and education) หรือการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) เป็นกิจกรรมการสื่อสารและการออกแบบสิ่งจูงใจเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าสำหรับการให้บริการในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ประกอบด้วย (1) การใช้เครื่องมือส่งเสริมประสมประสานร่วมกัน (Promotion blend) (2) การใช้พนักงานขาย (Sales people) ซึ่งต้องใช้ขั้นตอนต่าง ๆ ได้แก่ การสรรหา (Recruitment) การคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การพัฒนาบุคคล (Development) การให้ค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจพนักงาน (Compensation and incentive) (3) การโฆษณา (Advertising) ซึ่งต้องพิจารณาถึงชนิดของสื่อที่ใช้ (Media types) ชนิดของโฆษณา (Type of advertising) และการออกแบบข่าวสาร (Message design) ที่เหมาะสม (4) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) ประกอบด้วย (4.1) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion) ซึ่งเรียกว่า กลยุทธ์ดึง (Pull strategy) (4.2) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (Trade promotion) ซึ่งเรียกว่ากลยุทธ์ผลัก (Push strategy) (4.3) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (Sales force promotion) ซึ่งเรียกว่ากลยุทธ์ผลัก (Push strategy) (5) การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and public relation : PR) โดยการเสนอข่าวเกี่ยวกับบริการหรือตราสินค้าและใช้ความพยายามในการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การบริการ (6)

การตลาดทางตรง (Direct marketing) และการตลาดอินเทอร์เน็ต (Internet marketing) เป็นการติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรงในทันที ประกอบด้วย (6.1) การตลาดเชื่อมตรง (Online marketing) หรือการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-electronic marketing หรือ E-marketing) และการตลาดอินเทอร์เน็ต (Internet marketing) (6.2) การขายแบบเผชิญหน้า (Face to face selling) (6.3) การตลาดโดยใช้จดหมายตรง (Direct mail marketing) (6.4) การตลาดโดยใช้โทรศัพท์ (Telephone marketing) ได้แก่ การตลาดที่มีการตอบสนองโดยตรงทางโทรศัพท์ (Telephone direct-response marketing) การตลาดที่ทำให้เกิดการตอบสนองโดยตรงทางโทรทัศน์ (Television direct-response marketing) การตลาดที่ทำให้เกิดการตอบสนองโดยตรงทางวิทยุ (Radio direct-response marketing) การตลาดที่ทำให้เกิดการตอบสนองโดยตรงทางเคเบิลทีวี (Cable direct response marketing) การตลาดที่ทำให้เกิดการตอบสนองโดยตรงทางนิตยสาร (Magazine direct-response marketing) การตลาดที่ทำให้เกิดการตอบสนองโดยตรงทางหนังสือพิมพ์ (Newspaper direct-response marketing) การตลาดโดยใช้แคตตาล็อก (Catalog marketing) การใช้ป้ายโฆษณา (Using billboard) การขายโดยใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ (Automatic vending machine) (7) การให้ความรู้กับลูกค้า (Education to customer) เป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับบริการแก่ลูกค้า

5. พนักงาน (People) พนักงานผู้ให้บริการเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจบริการ พนักงานสามารถสร้างการรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการลูกค้า กล่าวคือ ลูกค้ามักจะพิจารณาถึงคุณภาพการให้บริการจากการประเมินสิ่งที่เขารับรู้ในบริการที่ได้รับจากพนักงาน การปฏิบัติของพนักงานที่มีส่วนร่วมในการส่งมอบบริการจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ซื้อ (Buyer perception) การรับรู้ของผู้ซื้อประกอบด้วย การรู้จักชื่อ (Name) การจูงใจพนักงาน (Personnel motivation) และอิทธิพลของพนักงานที่สามารถจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อบริการ

6. ลักษณะเด่นทางกายภาพ (Physical evidence) ลักษณะทางกายภาพที่จับต้องได้ที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบบริการ ประกอบด้วย วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้สถานที่ที่สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการและลักษณะอื่นที่สามารถจับต้องได้ที่อำนวยความสะดวกในการทำงานหรือสื่อสารเกี่ยวบริการนั้นความเด่นชัดของลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วย (1) การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities design) (2) วัสดุอุปกรณ์ (Equipment) (3) เครื่องมือเครื่องใช้

(Tools) (4) ลักษณะของตราสินค้าและสัญลักษณ์ (Brand and signage) (5) การแต่งกายของพนักงาน (Employee dress) (6) ลักษณะทางกายภาพอื่นๆ (Others physical aspects) (7) อาคารสถานที่

7. กระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การส่งมอบบริการ และระบบการปฏิบัติงาน (Operations system) ประกอบด้วย (1) การปฏิบัติงานตามขั้นตอนอย่างมีมาตรฐาน (Standardized) และการเสนอผลิตภัณฑ์ บริการตามความต้องการของลูกค้า (Customization) (2) จำนวนของขั้นตอน (Number of steps) เช่น ง่าย (Simple) หรือสลับซับซ้อน (Complex) (3) ความเกี่ยวข้องของลูกค้ากับขั้นตอนในการให้บริการ (Customer involvement)

8. การเพิ่มผลผลิตและคุณภาพ (Productivity and quality) การเพิ่มผลผลิต (Productivity) เป็นวิธีการที่ผู้ใช้บริการเพื่อนำปัจจัยนำเข้า (Input) เพื่อเพิ่มผลผลิตในการบริการตามขั้นตอน กระบวนการผลิตจะทำให้เพิ่มมูลค่า (Value added) การบริการให้กับลูกค้า ซึ่งจะทำได้ผลของการบริการ (Outputs) ที่ส่งมอบให้ลูกค้าที่มีประสิทธิผล

ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ ปัจจัยการผลิตที่ผู้ให้บริการใช้ในกระบวนการบริการซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน (Cost) ของผู้ให้บริการ โดยจะนำค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนเหล่านี้มาใช้เป็นเกณฑ์ในการตั้งราคา ซึ่งจะต้องให้ลูกค้ารับรู้ว่าการบริการนั้นมีประสิทธิภาพ (Efficiency) คือ ประหยัด คุ่มค่าผลผลิต (Output) คือผลที่เกิดจากการนำปัจจัยนำเข้าผ่านกระบวนการบริการโดยเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้าจะได้ผลผลิตที่มีประสิทธิผล (Effectiveness) ของผู้ให้บริการคุณภาพ (Quality) คุณภาพในการให้บริการ (Service quality) เป็นระดับการให้บริการที่สามารถตอบสนองความจำเป็น ความต้องการ ความคาดหวัง และความพึงพอใจของลูกค้าในด้านต่าง ๆ ได้แก่

(1) ด้านความเชื่อถือได้ (Reliability) คือ การบริการด้วยความถูกต้องแม่นยำสม่ำเสมอ

(2) ความมั่นใจได้ (Assurance) คือ ทำให้เกิดความมั่นใจหรือเชื่อมั่น ว่าเป็นการบริการแบบมืออาชีพ

(3) การเข้าถึงจิตใจ (Empathy) เป็นความสนใจเอาใจใส่ผู้ให้บริการมีต่อลูกค้าด้วยอัธยาศัยที่ดีสุภาพ เต็มใจบริการที่ถูกต้อง

(4) การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Responsiveness) เป็นอากัปกริยาที่ผู้ให้บริการเต็มใจบริการอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ไม่ประวิงเวลาทำให้ลูกค้าเสียเวลารอคอยนานมากจนรู้สึกหงุดหงิด

(5) ลักษณะทางกายภาพ (Tangible) เป็นสิ่งที่ใช้ประกอบการบริการซึ่งต้องสะอาด อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี ทันสมัย ถูกต้องตามลักษณะการใช้สอย

ผู้ศึกษาวิจัยได้นำทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดของสินค้ามาประยุกต์ใช้ โดยพื้นฐานจะมีอยู่ 4 ตัว ได้แก่ ผลิตรายณ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด แต่ส่วนประสมทางการตลาดของตลาดบริการจะมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป ซึ่งจะต้องมีการเน้นถึงพนักงาน กระบวนการให้บริการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งส่วนประสมทั้ง 3 ตัว เป็นปัจจัยหลักในการส่งมอบบริการของโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นธุรกิจบริการ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดของการบริการจึงประกอบด้วย 7Ps ได้แก่ ผลิตรายณ์ตั้งราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและการให้ความรู้พนักงานลักษณะเด่นทางกายภาพ กระบวนการ

2.3.6 สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมบริการ

การกำหนดส่วนผสมทางการตลาดให้เหมาะสมต้องพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดย Lovelock และ Wirtz (2010) ได้กล่าวถึงถึงพลังที่เป็นแรงผลักดันให้เกิดการเจริญเติบโตในภาคบริการไว้ดังนี้

1. นโยบายรัฐบาล (Government Policies) การจัดการโดยหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาลในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติในการกำหนดโครงสร้างของอุตสาหกรรมการให้บริการ ทั้งในแง่ของราคาและขอบเขตการให้บริการ โดยจะมีหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดูแลรับผิดชอบในการกำหนดข้อจำกัดต่าง ๆ ของอุตสาหกรรม ทั้งนี้เพื่อประโยชน์สำหรับการแข่งขันกันระหว่างกิจการในและต่างประเทศ แต่แนวโน้มของอุตสาหกรรมนั้นมีความเป็นไปได้เป็นอย่างมากที่จะเปิดให้อุตสาหกรรมการให้บริการให้ บริการให้สามารถดำเนินงานได้อย่างเสรีภายใต้กรอบทางการค้าระหว่างประเทศต่าง ๆ การโอนถ่ายอำนาจในอุตสาหกรรมการให้บริการ ในอุตสาหกรรมการให้บริการหลัก ๆ ของแต่ละประเทศนั้นเดิมที่จะได้รับการจัดการและการบริหารโดยรัฐ ของแต่ละประเทศ เช่น การให้บริการน้ำประปา การให้บริการไฟฟ้า เป็นต้น สาธารณูปโภคเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญระดับต้น ๆ ในทุกประเทศ รัฐจะทำการบริหารเพื่อป้องกันการผูกขาดทางการค้า แต่ในปัจจุบันรูปแบบการจัดการที่เปลี่ยนไป รวมถึงการเปิดการค้าเสรีทำให้รัฐแปรรูปรัฐวิสาหกิจเหล่านี้ให้เป็นบริษัทมหาชน โดยให้ประชาชนสามารถถือหุ้นในบริษัทมหาชน

เหล่านี้ได้ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการบริหาร การจัดการ รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการให้ดีขึ้น การเป็นเอกเทศของสถาบันเหล่านี้จะทำให้การบริหารจัดการ ทำได้สะดวกและมีประสิทธิภาพมากขึ้น และเกิดการแข่งขันอย่างเสรีอย่างแท้จริง การถ่ายโอนอำนาจนั้นใช้เพียงแต่จะทำในชาติแต่ระดับท้องถิ่นก็มีการถ่ายโอน เช่น บริการจัดเก็บขยะ บริการกำจัดสิ่งปฏิกูล เป็นต้น ในการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ นั้นรัฐจะเริ่มให้ความสนใจมากขึ้นในเรื่องของสวัสดิการของประชาชนต่าง ๆ ในการเพิ่มความปลอดภัยในเรื่องของสุขภาพ ความปลอดภัย และรักษาสิ่งแวดล้อม โดยจะกำหนดให้อุตสาหกรรมบริการให้บริการกำหนดกลยุทธ์ในการตลาด การดำเนินงาน และนโยบายการพนักงานโดยให้เปลี่ยนแปลงเพื่อประโยชน์สูงสุดของทุกฝ่าย ในปัจจุบันการรวมตัวกันทางการค้าในภูมิภาคกำหนดให้เกิดเขตการค้าเสรีมากขึ้นในเรื่องของการค้าสินค้าและการให้บริการ ในกลุ่มการค้าต่าง ๆ มีการกำหนดยกเลิกกรอบการค้าต่าง ๆ เพื่อที่จะให้ประเทศในกลุ่มสามารถทำการค้าได้โดยเสรี โดยใช้กฎและระเบียบเดียวกันในการดำเนินธุรกิจ ในปัจจุบันมีหน่วยงานระดับประเทศที่เข้ามามีบทบาทในการควบคุมการค้าในระดับชาติทั้งสินค้าและบริการ อาทิเช่น WTO, NAFTA (รวมถึง APEC และ ASEAN) เป็นต้น

2. การเปลี่ยนแปลงทางสังคม (Social Changes) รูปแบบความต้องการการบริการของผู้บริโภค นั้นมีการเปลี่ยนแปลงโดยสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคม คนอยู่กันเองโดยลำพังเพิ่มขึ้นโดยสมัยก่อนจะอยู่ในลักษณะครอบครัวแบบขยาย หลายครอบครัวอยู่กันลำพังสามีภรรยา โดยกลุ่มคนเหล่านี้ต้องการความสะดวกสบาย ในการใช้บริการที่เพิ่มขึ้น และมีอำนาจการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากทำงานเพิ่มขึ้นด้วย การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตและรายได้ที่เพิ่ม และราคาในตลาดสำหรับสินค้าเทคโนโลยี เป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้รูปแบบการใช้จ่ายเปลี่ยนไป ยกตัวอย่างเช่น ทุกครอบครัวมีความสามารถที่จะครอบครองเครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถใช้บริการออนไลน์ต่าง ๆ เช่น การซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านทางเว็บไซต์ อีเมล โดยสามารถใช้ซื้อสินค้าและบริการได้ทั่วทุกแห่งในโลกที่โครงข่ายอินเทอร์เน็ตเข้าถึง การใช้บริการโทรศัพท์มือถือ ที่ปัจจุบันได้บรรจุเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้สามารถทำงานได้อย่างมาก เหล่านี้ล้วนทำให้รูปแบบความต้องการในการจับจ่ายสินค้าและบริการของผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง

3. แนวโน้มทางธุรกิจ (Business Trends) การจัดการธุรกิจในปัจจุบัน ได้เปลี่ยนแปลงจากเดิมไปอย่างรวดเร็ว มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาช่วยจัดการระบบธุรกิจให้สามารถดำเนินงานได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบการจัดการธุรกิจได้เปลี่ยนไปโดยแผนการบริการต่าง ๆ เข้าไปเพื่อ

ประโยชน์สูงสุดของการบริโภค ตัวอย่างเช่น บริการให้คำปรึกษา บริการชำระผ่านบัตรเครดิต บริการขนส่ง และอื่น ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีบริการทางการเงินเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจ่ายใช้สอยได้อย่างง่ายดายขึ้นโดยสามารถผ่อนชำระโดยเสียดอกเบี้ยในอัตราที่ต่ำหรือไม่เสียเลย ทั้งนี้บริการเพิ่มเติมต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้นนั้นจะเป็นเครื่องมือที่จะทำให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถมีข้อได้เปรียบจากคู่แข่งชั้นเป็นทางเลือกใหม่ที่ส่งประโยชน์แก่ผู้บริโภคโดยตรง แนวโน้มการดำเนินงานของธุรกิจต่าง ๆ นั้นเน้นหนักไปที่กลุ่มผู้บริโภคมากขึ้น โดยมุ่งเป้าหมายไปยังความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค มีการทำวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูล ที่แท้จริง และเสนอบริการต่าง ๆ ที่เป็นความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค แพรนด์ไซน์เป็นอีกธุรกิจที่ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ธุรกิจแพรนด์ไซน์ไม่แต่ที่จะเป็นการบริการแก่ลูกค้าโดยตรงแต่ยังที่จะบริการแก่ธุรกิจด้วยกันเองด้วย การทำธุรกิจแบบนี้จะเน้นที่เป้าหมายสองกลุ่มคือ ผู้ซื้อแพรนด์ไซน์และลูกค้า

4. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Advanced Information Technology) การก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีนั้นมีผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจบริการอย่างเห็นได้ชัดจากธุรกิจสายการบิน ผู้ธุรกิจโรงแรม และผู้ธุรกิจร้านค้าปลีก ล้วนได้รับผลกระทบโดยตรงต่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การจัดการด้านข้อมูลที่มีประสิทธิภาพจะทำให้การดำเนินธุรกิจสามารถทำได้อย่างถูกวิธี และเหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ ในธุรกิจบริการก็เช่นกัน การเข้าถึงข้อมูลผู้บริโภคโดยตรงนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่งเพราะจะทำให้สามารถเสนอความต้องการที่แท้จริงแก่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด คอมพิวเตอร์เป็นอุปกรณ์ช่วยให้การสื่อสารด้านข้อมูลสามารถทำได้โดยสะดวกและมีประสิทธิภาพ สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ในปัจจุบันผู้บริโภคสามารถใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการใช้บริการต่าง ๆ ภายในบ้าน ลูกค้าสามารถ สืบหาข้อมูลสินค้าและการให้บริการจากผู้ประกอบการผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ฉะนั้นการเสนอข้อมูลที่ถูกต้องและตรงกับความต้องการของผู้บริภคย่อมส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ของคอมพิวเตอร์ เช่น เทคโนโลยีไร้สาย เทคโนโลยีทางด้านซอฟต์แวร์ เทคโนโลยีทางด้านภาพและเสียง รวมถึงเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือ ล้วนแล้วแต่ที่ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ต้องให้ความสำคัญมิฉะนั้นแล้วอาจจะเกิดความเสียเปรียบทางการแข่งขันทำให้ธุรกิจไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพได้

5. ความเป็นนานาชาติและระดับโลก (Internationalization and Globalization) ความเป็นนานาชาติของบริษัทผู้จำหน่ายบริการ สามารถเห็นได้ชัดจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งหลายหรือผู้

บริการธุรกิจที่เดินทางไปยังต่างแดน บริการมากมาย ส่งผ่านเครือข่ายของประเทศ และระดับโลก ชื่อตรา ยี่ห้อต่าง ๆ เช่น แอร์แคนาดา เบอ์เกอร์คิง Body Shop Hertz Kinko's และโรงแรมแมนดาริน ได้แพร่ ออกไป เริ่มจากในประเทศจนถึงทั่วโลก ในบางกรณีบริษัทเครือข่ายหรือลูกโซ่ก็เป็นเจ้าของธุรกิจเอง ทั้งหมด ปัจจุบันบริษัทสายการบิน การขนส่งต่าง ๆ เป็นบริษัทที่เคยเป็นลักษณะของธุรกิจท้องถิ่นใน ประเทศ แต่ตอนนี้ขยายสายเครือข่ายไปสู่ต่างประเทศบริษัทการเงินต่าง ๆ เอเยนซีโฆษณา โรงแรมลูกโซ่ ทั่วประเทศ ภัตตาคาร ธุรกิจอาหารจานด่วน (Fast food) เอเยนซีให้เช่ารถยนต์ และบริษัทรับทำบัญชี ซึ่งมีสายในหลายประเทศ ตัวอย่างธุรกิจทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นลักษณะการเกิดและเติบโตของธุรกิจ ส่วนใหญ่เกิดจากการซื้อบริษัทอื่น ๆ เข้ามา กลยุทธ์การขยายไปสู่ต่างประเทศ อาจมีพลังมาจากการเสาะหา ตลาดใหม่ หรือจากความต้องการที่จะติดต่อกับลูกค้าในต่างประเทศมากขึ้น ผลอันเกิดจากการพัฒนาธุรกิจ ต่าง ๆ ก็คือ การเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ซึ่งเป็นการส่งเสริมให้เกิดการโยกย้ายนวัตกรรมในด้าน ผลิตภัณฑ์และกระบวนการต่าง ๆ จากต่างประเทศหนึ่งไปสู่อีกประเทศหนึ่ง การสร้างกลยุทธ์เพื่อให้ สามารถแข่งขันได้ในแต่ละประเทศต่าง ๆ แตกต่างกันการให้สิทธิหรือสัมปทาน จะทำให้แนวคิดด้าน ผลิตภัณฑ์บริการในประเทศได้มีการส่งไปรอบโลกโดยผ่านระบบการจัดจำหน่ายที่นักลงทุนในท้องถิ่นเป็น เจ้าของ ตัวอย่างเช่น FedEx และ UPS ได้ขยายไปสู่ประเทศต่าง ๆ ได้ การซื้อบริษัทข่าวสารท้องถิ่นในแต่ละ ประเทศ ในขณะที่การรวมตัวกันของธุรกิจและ ซื่อกิจการ ก็เป็นการขยายธุรกิจโดยเพิ่มขอบเขตทาง ภูมิศาสตร์ในการขายสินค้าเช่นกัน

2.3.7 ศักยภาพการตลาดบริการ

ศักยภาพของตลาดบริการ เป็นความสามารถของหน่วยงานในการจัดการส่วนประสมทาง การตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการและลักษณะทางกายภาพ

การวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มธุรกิจบริการ โดยการจัดกลุ่มธุรกิจบริการ เพื่อกำหนดตำแหน่ง และสถานะเชิงยุทธศาสตร์ของแต่ละธุรกิจและช่วยในการจัดลำดับความสำคัญของยุทธศาสตร์ให้มีทิศทาง ชัดเจนมากขึ้น โดยใช้กรอบแนวคิด Thailand Competitiveness Matrix (TCM) และการวิเคราะห์ แนวโน้มความต้องการของโลก มาจัดกลุ่มธุรกิจบริการออกตามความน่าสนใจ (Attractiveness)

ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) และแนวโน้มความต้องการและอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สามารถจัดแบ่งได้ 4 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มที่มีศักยภาพสูง (High Potential Industry) เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับธุรกิจบริการอื่นๆ ทั้งในด้านความน่าสนใจ (Attractiveness) และขีดความสามารถ (Competitiveness) โดยสามารถพัฒนาให้มีศักยภาพในการแข่งขันในระดับภูมิภาคได้ ได้แก่ ธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจค้าส่ง-ค้าปลีก

2. กลุ่มธุรกิจเฉพาะด้านที่มีศักยภาพ (Potential Niche Industry) เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพปานกลางควรเพิ่มความชำนาญในบางกลุ่ม (Niche Segment) ที่มีศักยภาพให้โดดเด่นมากขึ้นได้แก่ ธุรกิจขนส่งและการสื่อสาร ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจก่อสร้าง ธุรกิจบริการศึกษา และธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการสังคมและชุมชน

3. กลุ่มที่มีศักยภาพที่เน้นการให้บริการในประเทศหรือบริการสาธารณะ (Domestic Focus Industry and Public Services) ได้แก่ สถาบันการเงิน การให้บริการด้านสุขภาพและสังคม และกลุ่มบริการภาคครัวเรือนและการจ้างงาน

4. กลุ่มธุรกิจใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มมาแรง (Emerging Industry) เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีแนวโน้มความต้องการและอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ตามปัจจัยแวดล้อมและกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศ ระบบอินเทอร์เน็ต การค้าไร้พรมแดน และการเข้าสู่ยุคของเศรษฐกิจฐานความรู้ เป็นปัจจัยสำคัญในการผลักดันการเติบโตของธุรกิจกลุ่มนี้ให้เพิ่มสูงขึ้นได้แก่ ธุรกิจศูนย์บริการทางโทรศัพท์ (Call Centre Services) และ การว่าจ้างหน่วยงานภายนอกในการดำเนินทางธุรกิจ (Business Process Outsourcing : BPO) การพัฒนาระบบและติดตั้งซอฟต์แวร์ การบริการด้านธุรกิจ ศูนย์บริการการวิจัย ศูนย์บริการซ่อมบำรุง

จากการจัดกลุ่มธุรกิจบริการ โดยพิจารณาจากศักยภาพของกลุ่มธุรกิจบริการโฮมสเตย์เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูงโดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ เริ่มหันมานิยมเลือกหาที่พักแบบโฮมสเตย์มากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชนที่เข้าพัก และการใช้บริการโฮมสเตย์สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายมากกว่าการเข้าพักโรงแรม โดยการพักโฮมสเตย์เป็นการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่น เพื่อนำไปพัฒนา และปรับปรุงความสามารถที่มีอยู่ของกลุ่มโฮมสเตย์เพื่อให้ได้รับมาตรฐานของ

โฮมสเตย์ ซึ่งสามารถปลูกกระแสให้กลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์มีรายได้ รวมถึงการตื่นตัวที่จะเข้าสู่ระบบมาตรฐานโฮมสเตย์มากขึ้น

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 งานวิจัยในประเทศ

ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธ์ (2545) ศึกษาเรื่อง การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสรุปผลได้ว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ อยู่ในระดับปานกลาง มีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ และมีแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ จากสื่อมวลชนสื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน ผู้มีอาชีพต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อเฉพาะกิจแตกต่างกัน แต่เปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน และสื่อบุคคลไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศ สถานภาพสมรส การศึกษา และรายได้ต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจไม่แตกต่างกัน 3) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับความรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ 4) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์จากสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ 5) การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ จากสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก กับแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ 6) ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ 7) ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์

อาคม อาจแสง (2546) ศึกษาเรื่องศักยภาพการพัฒนาที่อยู่อาศัยรูปแบบโฮมสเตย์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา เกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีซึ่งสรุปผลได้ว่า 1) ลักษณะ

ทางกายภาพของที่อยู่อาศัย บนเกาะเกร็ดมีคุณลักษณะที่จะทำให้เอื้อต่อการพัฒนาไปสู่การเป็นที่อยู่อาศัยในรูปแบบโฮมสเตย์ 2) มี 63 ครั้วเรือนหรือร้อยละ 23.3 ที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาที่อยู่อาศัยในรูปแบบโฮมสเตย์ จากเงื่อนไข 2 ประการ คือ มีความสนใจที่จะทำโฮมสเตย์ และมีที่อยู่อาศัยที่สามารถจะรองรับการพักค้างคืนของนักท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ได้ 3) ตัวแทนครั้วเรือน ร้อยละ 97 ยอมรับการเกิดขึ้นของโฮมสเตย์บนเกาะเกร็ด 4) ผู้นำชุมชนโดยส่วนใหญ่ไม่คัดค้านการเกิดขึ้นของโฮมสเตย์บนเกาะเกร็ด 5) เกาะเกร็ดมีลักษณะที่โดดเด่นหลายประการ เช่น วิถีชีวิตที่อาศัยอยู่บริเวณริมน้ำเจ้าพระยา และการเป็นเกาะน้ำจืด ที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ รวมถึงการมีประเพณีวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายมอญที่เป็นเอกลักษณ์ การผลิตเครื่องปั้นดินเผา 6) ปัญหาอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นตามมาจากการพัฒนาที่อยู่อาศัยในรูปแบบโฮมสเตย์ ได้แก่ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาเครือข่ายการสำรองที่พัก ปัญหาการประสานกับบริษัทนำเที่ยวเอกชนและหน่วยงานของรัฐ ปัญหาการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และปัญหาการแย่งลูกค้าและการตัดราคากันเองในหมู่เจ้าของ โฮมสเตย์ ปัญหาด้านการคาดหวังที่แตกต่างกันระหว่างแขกผู้มาพักและเจ้าของบ้าน อันได้แก่ คุณภาพการบริการ คุณภาพของอาคาร ความสะอาดและความปลอดภัย ปัญหาผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม และการสูญเสียความเป็นส่วนตัวในครอบครัว และปัญหาอาจเกิดที่ก่อกำเนิดจากการแย่งลูกค้า อันนำไปสู่ความแตกแยกภายในชุมชน

พระพิพัฒน์โยธะพงค์ (2547) ที่ศึกษาเรื่องการจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งสรุปผลได้ว่า สภาพทั่วไปในหมู่บ้านโคกโก่ง ได้เปิดโฮมสเตย์มาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541จนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2547) นับเป็นเวลา 6 ปี มีรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีที่พักแบบโฮมสเตย์ มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางและการปฏิบัติ สภาพทั่วไปในหมู่บ้านเป็นหมู่บ้านชนบท ที่มีวิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณี เป็นเอกลักษณ์ของชาวผู้ไทยและดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน การจัดการการท่องเที่ยวในหมู่บ้านโคกโก่งพบว่า 1) มีการจัดการองค์การแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม ชุมชนให้ความร่วมมือ และพอใจในกระบวนการที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แต่มีจุดอ่อน คือ ไม่มีการแบ่งงานให้มีผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และการให้คำปรึกษาของที่ปรึกษาไม่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง 2) การจัดการด้านกายภาพพบว่าหมู่บ้านโคกโก่งไม่มีเอกลักษณ์ทางด้านกายภาพที่ชัดเจนของสถาปัตยกรรมผู้ไทย จึงไม่ได้นำเสนอลักษณะทางกายภาพของหมู่บ้านเป็นจุดเด่นในการท่องเที่ยว มีการจัดการเพียงบำรุงรักษาความสะอาดและความ

เป็นระเบียบของบ้านพักโฮมสเตย์โดยเจ้าของบ้านเป็นผู้ดำเนินการ ส่วนใหญ่สามารถทำได้เรียบร้อย และนักท่องเที่ยวพอใจ 3) การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการเองโดยชุมชนในปัจจุบัน ยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวน้อย จึงต้องการการสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว 4) ชุมชนมีความต้องการเงินทุนสำหรับบำรุงรักษาบ้านพักที่เป็นโฮมสเตย์ และแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้าน จึงควรให้การสนับสนุนเงินกองทุนเพิ่มเติม สำหรับใช้จ่ายในการบำรุงรักษาบ้านพัก และแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว จากเดิมที่มีการจัดสรรสำหรับกิจกรรมการต้อนรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น 5) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน เน้นการนำเสนอด้านวัฒนธรรมความเป็นอยู่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและวิถีชีวิตของชาวไทยที่สัมพันธ์กับป่าและภูเขา และควรส่งเสริมให้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตเช่น ในช่วงฤดูเกี่ยวข้าวให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วยเพื่อเพิ่มจุดเด่นในกิจกรรมการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน 6) ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชนขึ้นอยู่กับจำนวนที่พักที่ชุมชนสามารถจัดให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้ แต่จะต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และมีการจัดการขยะและน้ำเสียในหมู่บ้านเพิ่มเติม เพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวได้ตามจำนวนที่พักที่มีอยู่ ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่ควรเร่งดำเนินการได้แก่ การจัดให้มีการรวมกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง และจัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในชุมชน

ทองยูน บุตรโสภา (2547) ที่ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาท่าด่านโฮมสเตย์ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมืองจังหวัดนครนายก ซึ่งสรุปผลได้ว่า ชุมชนมีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและมีปัจจัยภายในของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ได้แก่ การสร้างบรรยากาศให้เกิดความอบอุ่นแก่นักท่องเที่ยว การบริการ และโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการ จัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน เนื่องจากว่าการสร้างบรรยากาศให้เกิดความอบอุ่นทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึง ความเป็นกันเองของเจ้าของบ้านไม่ได้รู้สึกว่าเป็นคนแปลกหน้าก่อให้เกิด ความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ได้รับการบริการในด้านการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การบริการขั้นพื้นฐานตลอดจนการอำนวยความสะดวกเป็นอย่างมาก และโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจและเหมาะสมในเรื่องราคา และสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งปัจจัยทั้งสามส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

มนตรีรัช เกิดยีน (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสรุปผลได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือน 6,001-12,000 บาท มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งสถานภาพโสด มีลักษณะการท่องเที่ยวแบบชมตลาดน้ำ และมีเหตุผลในการมาเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ท้องถิ่น ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ พบว่า ปัจจัย 8 P's ได้แก่ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (บริการ) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านสถานที่ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ ให้ความสำคัญในระดับมาก นอกจากนี้อายุ รายได้ต่อเดือน อาชีพ สถานภาพ และลักษณะการท่องเที่ยวแตกต่างกันยังมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามแตกต่างกัน ส่วนเพศ ระดับการศึกษา และเหตุผลที่เลือกมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามไม่แตกต่างกันปัจจัยด้านบุคลากรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามปัจจัย 8 P's ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามปัจจัยด้านบุคลากรด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ชลิตา รินทร์พรหม (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ความยั่งยืนของโฮมสเตย์ในอีสานใต้ ซึ่งสรุปผลได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในระดับปานกลาง ประเด็นที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจระดับมากที่สุดคืออัยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและชุมชน ประเด็นที่จัดอยู่ลำดับต่ำที่สุดคือการจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก ซึ่งนักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับน้อย นักท่องเที่ยววัยผู้ใหญ่ไทยมีความพึงพอใจในระดับมาก ขณะที่นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยและวัยรุ่นต่างชาติมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เจ้าของบ้านพัก โฮมสเตย์ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ขณะที่ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนของการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวพบว่า ความต้องการสำคัญของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวโฮมสเตย์มี 5 ประการ ในจำนวนนี้สามประการแรกเป็นความต้องการทางกายภาพ ซึ่งจัดเป็นความต้องการขั้นต่ำสุดเมื่อเทียบกับลำดับความต้องการของมาสโลว์ และความต้องการที่เหลืออีกสองประการหลังเป็นความต้องการขั้นสูงเพื่อสนองตอบความต้องการด้านความรู้และความเพลิดเพลินใจ ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบโฮมส

เตี้ยที่ยั่งยืนในอีสานใต้สามารถกำหนดรูปแบบการพัฒนาของโฮมสเตย์ที่ยั่งยืนในอีสานใต้ 7 ประการ ซึ่งเหมาะสมกับพื้นที่และสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ทวีลาภ รัตนราช (2553) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรม ในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ซึ่งสรุปผลได้ว่า 1) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีและมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 2) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์หลักที่สำคัญที่สุดในการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร เพื่อหาความรู้และประสบการณ์โดยมีเพื่อนมีอิทธิพลในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เที่ยวกับเพื่อน / ครอบครัวเดินทางท่องเที่ยวในวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ค้างคืน 2 คืนความถี่ในการท่องเที่ยว 1 - 2 ครั้ง / ปี และมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง น้อยกว่า 1,000 บาท 3) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก 4) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายและเพศหญิง และที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร โดยรวมทุกด้านไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันและที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วินิตรา ลีละพัฒนา และคณะ (2554) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาชุมชนบ้านแม่สาใหม่ให้เป็นไปตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยเพื่อการให้บริการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสรุปผลได้ว่า ชุมชนบ้านแม่สาใหม่ มีสภาพทั่วไปที่เอื้อต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าม้ง และธรรมชาติที่สวยงาม ซึ่งทั้งสององค์ประกอบช่วยส่งเสริมและผลักดันให้ชุมชนแห่งนี้มีศักยภาพเพียงพอต่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ใกล้ตัวเมืองเชียงใหม่ แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาชุมชนบ้านแม่สาใหม่ให้เป็นไปตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 1) ด้านที่พัก ควรมีลักษณะที่เป็นสัดส่วน ที่นอนสะอาด และเครื่องนอนไม่มีกลิ่นเหม็นอับ 2) ด้านอาหารและโภชนาการ ควรมีการปรับปรุงรสชาติของอาหาร และความสะอาดของภาชนะ 3) ด้านความปลอดภัย ชุมชนบ้านแม่สาใหม่ ตั้งอยู่ไม่ห่างไกลจากสถานพยาบาลมาก

นัก นอกจากนี้ ควรมีระบบรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเวลากลางคืนหรือช่วงที่มีกิจกรรมการเดินป่า เป็นต้น 4) ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้าน และสมาชิกในครัวเรือน ชาวเขาเผ่าม้งส่วนใหญ่ไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาไทยได้ดีเท่าที่ควร และทำทางสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวตลอดจนการแสดงความคิดเห็นต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ จะช่วยเสริมสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน 5) ด้านรายการนำเที่ยว ชุมชนบ้านแม่สาใหม่มีกิจกรรมหรือสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง แต่ทางชุมชนควรมีการจัดทำโปรแกรมหรือรายการนำเที่ยวให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม เป็นต้น 6) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ชุมชนมีการดูแลทรัพยากรธรรมชาติโดยเฉพาะป่าไม้ จนได้รับรางวัลชุมชนที่มีการอนุรักษ์ป่าชุมชนดีเด่นของประเทศ 7) ด้านวัฒนธรรม เสน่ห์ที่น่าสนใจของชุมชนบ้านแม่สาใหม่ก็คือ การดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีและความเชื่อดั้งเดิมของชุมชน การนับถือผู้อาวุโสและผู้นำทางจิตวิญญาณ ซึ่งช่วยให้ชุมชนชาวม้งอาศัยอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขมาโดยตลอด 8) ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ความสวยงามและอัตลักษณ์ของชุดที่สวมใส่ เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวอยากได้สวมชุดนั้นสักครั้งหนึ่งในชีวิต และถ่ายรูปเป็นที่ระลึกผลิตภัณฑ์จากผ้าเขียนเทียนเหล่านี้ ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี 9) ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ชุมชนได้รวมกลุ่มกันเพื่อต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม พร้อมทั้งเผยแพร่ให้บุคคลทั่วไปได้รับทราบ 10) ด้านประชาสัมพันธ์ ชุมชนมีชื่อเสียงบางส่วนอยู่แล้ว จากแหล่งข่าว เช่นหนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ เนื่องจากมีการถ่ายทำเรื่องราวของชุมชนนี้ผ่านทางโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์หลายครั้ง แต่อย่างไรก็ตาม ชุมชนนี้ยังไม่เป็นที่รู้จักด้านการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์หรือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนั้น ควรมีการประสานไปยังหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สาใหม่ หรือองค์การบริหารส่วนตำบลโป่งแยง ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ เป็นต้น

วุฒิยา สาหร่ายทอง และ กนกวรรณ จันทร์เจริญชัย (2554) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งผลสรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวพบว่า เหตุผลหลักของคนไทยในการใช้บริการโฮมสเตย์ ได้แก่ สภาพธรรมชาติและความสะดวกสบายของภูมิประเทศ ส่วนเหตุผลของชาวต่างชาติ ได้แก่ การสัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น สำหรับพฤติกรรมในด้านการใช้จ่ายนั้น พบว่า การตั้งราคาที่พักและราคาในส่วนอื่นๆ มีความเหมาะสมแล้ว

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์โดยปัจจัยที่นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติให้ความสำคัญมากที่สุดในการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ คือ ความปลอดภัย นอกจากนี้ ในการตัดสินใจใช้บริการโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับประเด็นราคาน้อย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะละเลยประเด็นการเข้าถึงข้อมูล และเมื่อพิจารณาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ละกลุ่มในรายละเอียดจะพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรจะมีความเป็นมิตรต่อประสบการณ์ใหม่ๆ สูง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเรียกร้องสูงและระมัดระวังในเรื่องการใช้จ่าย เป็นต้น

2.4.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Garrod และคณะ (2006) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวชนบท ซึ่งสรุปผลได้ว่าการท่องเที่ยวชนบทประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ทุนของต่างจังหวัด/ชนบท (Countryside Capital) ได้แก่ ทุนทางสังคม ทุนทางธรรมชาติ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบทั้งสามส่วนจะมีความสัมพันธ์กัน คือการใช้สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทรัพยากรธรรมชาติ ประสบการณ์ และภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และการลงทุนชนบทเป็นความสัมพันธ์ระหว่างทุนของชนบทกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจจากประสบการณ์ในชนบท และผลกระทบของการลงทุนในชนบทเป็นความสัมพันธ์ระหว่างทุนของชนบทกับนักท่องเที่ยว สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยว และรายได้จากผลิตภัณฑ์ของการท่องเที่ยวและประสบการณ์ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว

Shikida และคณะ (2010) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งสรุปผลได้ว่า เสนอโมเดลความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวกับตัวกลางเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจัดกลุ่มเป็น 2 ส่วน คือ สมาชิกภายในชุมชนและสมาชิกภายนอกชุมชนกล่าวคือสมาชิกภายในชุมชนคือทรัพยากรด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม มนุษย์ของแหล่งท่องเที่ยว และคนกลางภายในชุมชน ในขณะที่สมาชิกภายนอกชุมชนคือนักท่องเที่ยวและบริษัทนำเที่ยว การเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง สมาชิกภายในชุมชนและ สมาชิกภายนอกชุมชน โดยโมเดลมีขั้นตอนการพัฒนา 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การเพิ่มคุณค่า (Value addition) ขั้นที่ 2 การขายและการส่งเสริมการขาย (Sales and promotions) ขั้นที่ 3 การยอมรับของนักท่องเที่ยว (Acceptance of tourists) ขั้น

ที่ 4 การพัฒนาชุมชนและการบริหารจัดการทรัพยากร (Community development and resource management)

Clifton และ Benson (2006) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งสรุปผลว่า ปัจจัยของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ประกอบด้วย 3 ประเภทคือ เน้นวัฒนธรรม (Cultural emphasis) เน้นสิ่งแวดล้อม (Environmental emphasis) และเน้นชุมชน (Communal emphasis) นอกจากนี้ การศึกษายังพบว่าแรงจูงใจของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ประกอบด้วย 5 ประเภทคือ กลุ่มมุ่งวัฒนธรรม (Cultural –oriented group) กลุ่มมุ่งประสบการณ์ (Experiential –oriented group) กลุ่มมุ่งสังคม (Socially –oriented group) กลุ่มมุ่งความสำเร็จส่วนบุคคล (Personal achievement–oriented group) และกลุ่มมุ่งการพักผ่อน (Relaxation–oriented group)



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา มีวิธีในการดำเนินงานวิจัยดังนี้

3.1 วิธีกรวิจัย

การวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-interview structured) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาเป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้แก่ 1) โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 2) โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา และ 3) มาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา โดยเน้นศึกษาศักยภาพการตลาดบริการรวมถึงปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำมาเป็นแนวทางและข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และสถานที่ทำการวิจัย

3.2.1 ประชากร

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา ได้เน้นศึกษาประชากร 3 กลุ่ม ได้แก่

ประชากรกลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ได้แก่ ผู้นำชุมชน ราชการพนักงานสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เจ้าหน้าที่กรมพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา และคณะกรรมการประเมินการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

ประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) ได้แก่ กลุ่มผู้ทำงาน ผู้ให้บริการและ ผู้ค้าขายสินค้าที่ระลึก ผู้แทนชุมชน/กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ผู้ประกอบการที่พักทาง วัฒนธรรม

ประชากรกลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) ได้แก่ ประชาชนทั่วไปใน พื้นที่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวและพักอาศัยบ้านพักทางวัฒนธรรม (Home Stay)

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ประชากรกลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ได้แก่ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มข้าราชการ พนักงานสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมพัฒนาการ ท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 9 ราย

ประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) ได้แก่ กลุ่มผู้ทำงาน ผู้ให้บริการและ ผู้ค้าขายสินค้าที่ระลึก ผู้แทนชุมชน/กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์/ผู้ประกอบการที่พักทาง วัฒนธรรมในพื้นที่จำนวน 32 ราย

ประชากรกลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) ได้แก่ ประชาชนทั่วไปในพื้นที่ กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวและพักอาศัยบ้านพักทางวัฒนธรรม (Home Stay) จำนวน 25 ราย

3.2.3 สถานที่เก็บข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดสถานที่ทำวิจัย 3 พื้นที่ ได้แก่ 1) โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนน สูง จังหวัดนครราชสีมา 2) โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา และ 3) มาบกราด โฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็น แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) โดยพัฒนาจากเอกสารงานวิจัยที่ เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด แล้วจัดทำแบบสัมภาษณ์ โดยพิจารณาถึง เนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิด ความมุ่งหมายในการวิจัย นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นตามกรอบ แนวคิดเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาความเหมาะสม ถูกต้อง ของการใช้ภาษาและครอบคลุมเนื้อหา ของงานวิจัย โดยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 3 ชุด

3.4 การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ ผลการดำเนินงาน อีกทั้งได้ทำการศึกษา และขอคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อเป็นแนวทางในการ กำหนดกรอบแนวคิด และการสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยการพัฒนาศักยภาพการตลาด บริการของโฮมสเตย์ประยุกต์จาก แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของ Lovelock (2010) และตัวชี้วัดสัมพัทธ์วัฒนธรรมชนบทของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมส่งเสริมการท่องเที่ยว (2553)

2. จัดทำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ตามกรอบแนวคิดที่กำหนด โดยพิจารณาถึงเนื้อหาให้ สอดคล้องกับกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ในการวิจัย

3. นำแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดเสนอ ผู้เชี่ยวชาญได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร. ปภฤกษ์บาร์มี อุตสาหกรรมวิทยกิจ คณบดีคณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคามและ รองศาสตราจารย์ ดร. วีระพล ทองมา คณบดีคณะ พัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อพิจารณาความเหมาะสม ความถูกต้อง ของการใช้ภาษา และครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข

4. ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

5. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของ แบบสอบถามเสนอที่ปรึกษางานวิจัยอีกครั้งเพื่อปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ แล้วจัดทำเป็นฉบับ สมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Sources) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data Sources) ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่จัดเก็บจากหน่วยงานต่างๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงเอกสาร บทความ วารสารต่างๆ และอินเทอร์เน็ต

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการจัดเก็บข้อมูลในพื้นที่เป้าหมาย โดยดำเนินการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมาย

3. สถานที่เก็บข้อมูล 3 พื้นที่ ได้แก่ 1) โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 2) โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา และ 3) มาบกรดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมาจากแบบสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้รู้เพื่อรับฟังศักยภาพทางการตลาดของโฮมสเตย์และการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์โดยการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้ปฏิบัติสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ เพื่อทราบปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของ โฮมสเตย์ และการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์โดยใช้แบบสอบถาม ถามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไปที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์ และการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ลำดับขั้นในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมาประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service) ด้านราคา/ค่าใช้จ่าย (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion) ด้านอภยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People) ด้านกระบวนการ (Process) และด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)

ตอนที่ 1 โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 2 โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 3 มาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 2 โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 3 มาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 2 โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 3 มาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2.1 ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

1.ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมาได้รับรองมาตรฐานปี พ.ศ. 2547 ปี พ.ศ. 2549 ปี พ.ศ. 2551 และปี พ.ศ. 2554

โฮมสเตย์บ้านปราสาทเกิดขึ้นหลังจากการขุดค้นแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ซึ่งเป็นแหล่งโบราณคดีที่ขุดแห่งใหม่เป็นแห่งที่ 2 ต่อจากบ้านเชียง ที่มีลักษณะเป็นพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ จากการขุดแต่งหลุมพบโครงกระดูกมนุษย์ที่มีสภาพสมบูรณ์และไม่สมบูรณ์ หันศีรษะไปทางทิศต่างๆ มีการฝังภาชนะดินเผาแบบเคลือบโคลนสีแดง แบบลายเชือกทาบ เครื่องประดับต่างๆ เช่น กำไลเปลือกหอย ลูกปัด แหวนสำริด กำไลสำริดเครื่องประดับศีรษะทำด้วยสำริด เป็นต้น จากหลักฐานที่ได้ค้นพบ สันนิษฐานว่าบ้านปราสาทมีชุมชนอาศัยอยู่ ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ มาจนถึงสมัยประวัติศาสตร์ ที่มีหลักฐานของกลุ่มวัฒนธรรมแบบทราวดี และแบบเขมรโบราณ ระยะเวลาอยู่ในช่วงระหว่าง 2,500-3,000 ปีมาแล้ว โดยแต่ละชั้นดินที่ขุดพบโครงกระดูก จะมีอายุแตกต่างกัน คือชั้นที่ลึกที่สุดประมาณ 5.50 เมตรอายุประมาณ 3,000 ปี และชั้นกลางประมาณ 5 เมตร อายุราว 2,500 ปี จนถึงชั้นบนสุดจะพบภาชนะยุคพิมายดำประมาณ 1,000 ปี ซึ่งนับได้ว่าบริเวณบ้านปราสาทแห่งนี้ในช่วงเวลาดังกล่าว น่าจะมีความอุดมสมบูรณ์จนทำให้เกิดการตั้งชุมชนต่อเนื่องกันมาโดยตลอด และเพื่อให้แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทมีความพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2534 ถึง ปี พ.ศ. 2535 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงเริ่มดำเนินการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยสนับสนุนงบประมาณจากโครงการอีสานเขียว จำนวน 9 ล้านบาท ให้กรมศิลปากรดำเนินการขุดค้น และขุดแต่งหลุมโบราณคดี ก่อสร้างโครงสร้างปกคลุมหลุมโบราณคดี 3 หลุม ทำถนนเข้าหมู่บ้าน และตลอดเส้นทางที่ผ่านตามหลุมทั้งสาม ระยะทางประมาณ 3,400 เมตร สร้างอาคารศูนย์บริการข่าวสารนักท่องเที่ยวซึ่งทำให้แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศโดยร่วมกิจกรรมลักษณะส่วนตัวและเป็นคณะในโครงการต่างๆ จำนวนมากตลอดมา

เมื่อบ้านปราสาทกลับกลายเป็นแหล่งโบราณคดี สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และมีศักยภาพพร้อมที่จะเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปเที่ยวชมได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงมุ่งหมายที่จะส่งเสริมให้บ้านปราสาทเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญทางโบราณคดี ที่สามารถเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวอื่นๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จึงได้จัดทำโครงการพัฒนาหมู่บ้านตัวอย่างขึ้น โดยมุ่งเน้นทั้งในด้านการส่งเสริมอาชีพหัตถกรรม เพื่อผลิตสินค้าของที่ระลึกรองรับการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ให้กับชาวบ้านในระยะยาวต่อไป

ในส่วนของการส่งเสริมอาชีพหัตถกรรมนี้ ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้จัดวิทยากรมาฝึกอาชีพให้กับชาวบ้าน ตลอดจนการพัฒนารูปแบบ และคุณภาพของสินค้าของที่ระลึก เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ด้วยการนำวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ ชาวบ้านปราสาทจึงมีรายได้จากการขายสินค้าของที่ระลึก นอกเหนือจากอาชีพเกษตรกรรม คนในชุมชนนับถือศาสนาพุทธ มีการจัดงานวันขึ้นปีใหม่ งานสงกรานต์ งานแห่เทียนเข้าพรรษา งานลอยกระทง ความเชื่อคนในชุมชน มีการทำขวัญข้าว มีการเลี้ยงศาลปู่ตา

1.1 การจัดการด้านที่พักของโฮมสเตย์

โฮมสเตย์บ้านปราสาทเป็นโฮมสเตย์มาตรฐานไทยต้นแบบ เริ่มก่อตั้งเมื่อ ปี พ.ศ. 2536 เริ่มมาจากการขุดค้นพบ แหล่งโบราณคดีเป็นโครงกระดูกมนุษย์พร้อมภาชนะดินเผาจากหลักฐานพบว่าเป็นกลุ่มวัฒนธรรมแบบทวารวดีและเขมรโบราณ นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีนโยบายที่จะเผยแพร่แหล่งโบราณคดีให้ชาวไทยและชาวต่างชาติได้รู้จักจึงนำนักศึกษาเข้ามาพักรวมที่ชุมชนบ้านปราสาท เมื่อชุมชนมีศักยภาพและได้รับการสนับสนุนเงินงบประมาณ ชุมชนจึงได้มีการจัดตั้งโฮมสเตย์ขึ้น เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมที่จะทำโฮมสเตย์ จึงเป็นที่มาของโฮมสเตย์บ้านปราสาท

จำนวนโฮมสเตย์ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 34 หลังคาเรือน รองรับนักท่องเที่ยวได้รวมจำนวน 150 คน ในการพักอาศัยของนักท่องเที่ยวจะจัดให้พักหลังละไม่เกิน 3 คน โดยนักท่องเที่ยวสามารถแจ้งล่วงหน้า เพื่อจะได้จัดเตรียมบ้านพักและมัดคุเทศก์ไว้ให้ล่วงหน้า ซึ่งหลักเกณฑ์ของบ้านพักที่จะรับนักท่องเที่ยวนั้น จะต้องไม่รับซ้ำกัน คือทำการหมุนเวียนกันไปทีละหลัง โดยชาวบ้านจะสู่มบ้านพักให้นักท่องเที่ยวเอง กล่าวคือ ถ้าบ้านหลังนี้รับนักท่องเที่ยวมาพักแล้ว 1 กลุ่ม ในครั้งต่อไปจะไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวได้อีก จะต้องให้บ้านหลังอื่นที่ยังไม่ได้รับนักท่องเที่ยวในรอบที่ผ่านมาเป็นคนรับ ซึ่งจะมี

ลักษณะหมุนเวียนกันไป เพื่อให้เกิดความยุติธรรมและทั่วถึง ภายในที่พักมีที่นอนและอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ส่วนห้องอาบน้ำและห้องส้วมมีความสะอาด มิดชิดปลอดภัย และมีการดูแลบริเวณรอบบ้านให้มีความสะอาดอยู่เสมอ เนื่องจากเป็นบริเวณที่ใช้สันทนการของผู้พักอาศัย ลักษณะบ้านที่เข้าพักส่วนใหญ่เป็นบ้านพัก 2 ชั้น แบ่งเป็นสัดส่วน ห้องพักสะอาดเรียบร้อย และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ มีความปลอดภัย อากาศถ่ายเทสะดวก และมีระเบียบบ้านบ้านไว้สำหรับพักผ่อน และสัมผัสกับบรรยากาศของชนบท

1.2 ด้านอาหารและโภชนาการ

อาหารที่นำมาให้นักท่องเที่ยวรับประทานนั้นเป็นอาหารประจำท้องถิ่น ผลิตโดยใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่น เช่น แกงสายบัวที่ได้สายบัวมาจากลำธารในหมู่บ้าน ผัดหมี่โคราช ส้มตำ ต้มไก่ ต้มยำ น้ำพริกและมีการปรุงอาหารอย่างถูกสุขอนามัย ภาชนะที่ใช้ในการปรุงและรับประทานอาหารมีความสะอาดและปราศจากกลิ่นรวมถึงมีการเตรียมน้ำดื่มที่สะอาดเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยผู้ให้บริการโฮมสเตย์แต่ละหลังเป็นผู้รับผิดชอบในการประกอบอาหารให้แก่ผู้ที่มาพัก แต่ถ้ามีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักเป็นหมู่คณะ โดยสมาชิกโฮมสเตย์แต่ละหลังจะช่วยกันประกอบอาหารให้แก่ผู้เข้าพัก

1.3 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้จัดวิทยากรมาฝึกอาชีพให้กับชาวบ้าน ตลอดจนการพัฒนาารูปแบบ และคุณภาพของสินค้าของที่ระลึก เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ด้วยการนำวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่นำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวมีทั้งเป็นของบริโภค สิ่งประดิษฐ์ เสื้อผ้า สิ่งทอ ของที่ระลึก ซึ่งใช้วัสดุและวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก เช่น ต้นกก หรือดิน เป็นต้น แต่ในระยะหลังๆ เริ่มมีการอบรมการประยุกต์ใช้วัสดุจากแหล่งใกล้เคียงมาทำเป็นของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้มาพักโฮมสเตย์ และผู้ที่มาเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวเชิงโบราณคดีด้วย

2. ด้านราคา/ค่าใช้จ่าย (Price)

ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ประกอบด้วย ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ากิจกรรม และค่าของฝาก/ของที่ระลึก

2.1 ค่าที่พัก

อัตราการจ่ายค่าที่พักและค่าอาหารของชาวไทย คนละ 300 บาทต่อคน รวมอาหาร 2 มื้อคือเช้าและเย็น สำหรับนักท่องเที่ยวที่พัก 2 คืนอาหารกลางวันฟรี ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คนละ 400 บาทต่อคน รวมอาหาร 2 มื้อคือเช้าและเย็น หากนักท่องเที่ยวขอให้จัดอาหารเพิ่มคิดคนละ 50 บาท/มื้อชำระค่าใช้จ่ายในวันที่เดินทางกลับเพื่อให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีการกำหนดให้มีราคาเท่ากันทุกหลัง เพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการ

2.2 ค่าอาหาร

การคิดค่าอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่พักและให้จัดอาหารกลางวัน คิดค่าอาหารคนละ 80 บาทต่อ 1 มื้อ สำหรับนักท่องเที่ยว 20 คนขึ้นไป ส่วนชาวต่างชาติ ค่าอาหารคนละ 200 บาทต่อ 1 มื้อ ถ้า 10 คนขึ้นไป ค่าอาหารคนละ 150 บาท

2.3 ค่ากิจกรรม

ค่ากิจกรรม 2,500 – 3,000 บาทต่อคณะโดยกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

- ค่าชมแหล่งโบราณคดีอายุ 2,500 – 3,000 ปี ชมอาคารพิพิธภัณฑ์ 2 หลัง ที่แสดงประวัติและความเป็นมาของแหล่งโบราณคดี

- ค่าชมหัตถกรรมพื้นบ้าน ทำหมวก กระเป๋า แฟ้มเอกสาร

- ค่าชมกลุ่มผลิตสินค้าท้องถิ่น เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าโทเร

- ค่าชมกลุ่มผลิตเครื่องดนตรีไทย การทำพิณ ซอด้วง ซออู้

- ค่าชมกลุ่มสตรีทำขนมและอาหาร

- ค่าพิธีบายศรีสู่ขวัญ ชมวิถีชีวิตของชาวบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว

- ค่าชมวงมโหรี การแสดงนาฏศิลป์ของเด็กและเยาวชน

นอกจากนี้ยังมีบริการรถอีแต่นำเที่ยวรอบหมู่บ้าน และบริเวณใกล้เคียง เช่น ชมอนุสรณ์สถานทุ่งสัมฤทธิ์ชมอุทยานประวัติศาสตร์พิมาย (ปราสาทหินพิมาย) (พิพิธภัณฑ์แห่งชาติพิมาย ไทรงาม) คิดค่าบริการคนละ 500 บาท ซึ่งสามารถบรรทุกนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 10-15 คน

2.4 ค่าของฝาก/ของที่ระลึก

งานหัตถกรรมจากทรัพยากรในท้องถิ่นกลุ่มผลิตหัตถกรรมโดยใช้วัสดุจากเสื่อกก เช่น ต้นกกแปรรูปต่างๆ ได้แก่ แฟ้มเอกสาร กระเป๋า กล่องกระดาษชำระ พวงกุญแจ หมวก เป็นต้น กลุ่มทอผ้า เช่น ผ้า

มัดหมี่ผ้าลายขิด เป็นต้น กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านผลิตของใช้ทำจากกะลา และส่วนประกอบของต้นตาล เช่น พัด หมวก ก้าว เป็นต้น กลุ่มที่ใช้ดินเผาเป็นวัสดุเช่น ภาชนะดินเผาหม้อปากแตร เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวสามารถมีประสบการณ์โดยการลงมือทำร่วมกับชาวบ้านได้ นอกจากนี้ยังมีเครื่องดนตรีไทย และขนมไทยที่นักท่องเที่ยวนิยมนำไปเป็นของฝากอีกด้วย โดยมีราคาเริ่มต้นตั้งแต่ 20 บาทขึ้นไป

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ชุมชนบ้านปราสาท ตั้งอยู่ในที่ราบลุ่ม หมู่บ้านเป็นเนินดินสูง พื้นที่โดยรอบเป็นทุ่งนา สวนผัก และ ต้นตาลสร้างบ้านเรือนเป็นแนวยาวไปตามถนน การตั้งบ้านเรือนกระจายกันอยู่เป็นคุ่มๆ ตามเครือญาติ มีการจัดสภาพหมู่บ้านอย่างเป็นระเบียบ ลักษณะการปลูกสร้างบ้าน เป็นแบบบ้านไทยอีสานมีความคงทนถาวร คราวเรือนมีการจัดบ้านเรือนเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด และถูกสุขลักษณะ รอบๆ หมู่บ้านจะเป็นทุ่งนา ทางทิศเหนือของหมู่บ้านจะมีลำน้ำ เรียกว่า ลำธารปราสาทเป็นแม่น้ำศักดิ์สิทธิ์ไหลผ่านแบ่งเขตแดนบ้านปราสาทเหนือและใต้ เป็น 1 ในแม่น้ำ 9 สายที่นำไปใช้ในพิธีกรรมในราชสำนักแม่น้ำสายนี้จะไหลไปรวมกับแม่น้ำมูล เป็นเส้นเลือดของชุมชนเพื่อใช้อุปโภคบริโภค อาชีพหลักของชุมชน คือทำนาเป็นหลัก การเกษตรและการประมงพื้นบ้านสภาพดินเป็นดินร่วน เหมาะแก่การเพาะปลูกพืชผล การเกษตรสภาพอากาศโดยทั่วไปมี 3 ฤดู คือ ฤดูร้อน ฤดูฝน และฤดูหนาวในฤดูฝน ฝนจะทิ้งช่วง ทำให้พืชผลการเกษตรเสียหายเป็นประจำชาวบ้านจึงมีอาชีพรับจ้างทั่วไปและค้าขายควบคู่กับการเกษตรกรรม ยามว่างชาวบ้านมักประกอบอาชีพทำหัตถกรรมเสริมรายได้ บ้างสานเสื่อกก สานหมวก หรือสานรองเท้านักกระเป๋ บ้างบ้านเลี้ยงไหมทอผ้า บ้างทำเครื่องดนตรีไทยประเภทเครื่องสาย มีทั้งซออู้ และซอด้วง บ้างทำเตาจากดินเผา

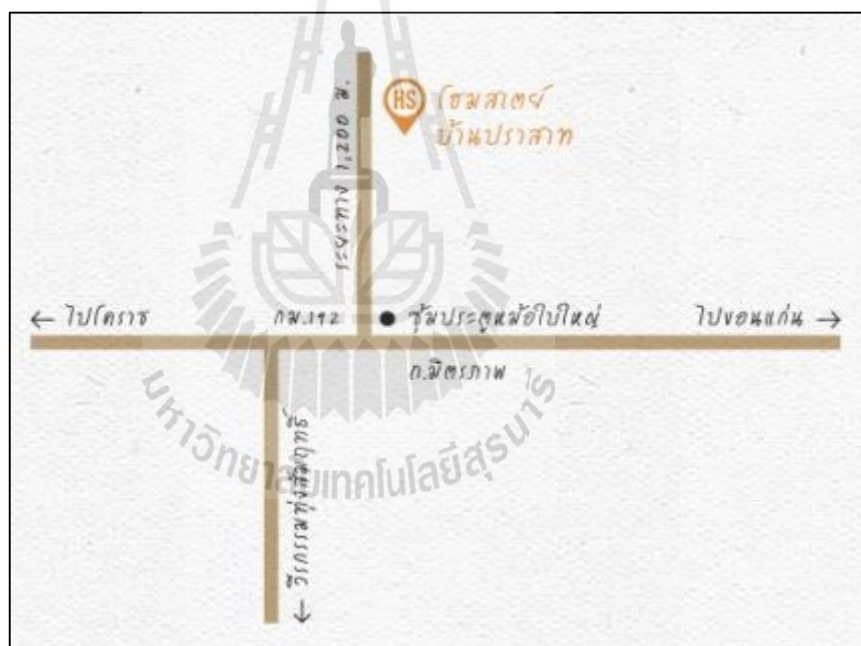
ชุมชนบ้านปราสาทเป็นสังคมชนบทกึ่งสังคมเมืองเพราะมีประชาชนในวัยทำงานไปทำงานตามโรงงานในเมืองและมีเด็กวัยเรียนไปเรียนหนังสือในตัวจังหวัดและอำเภอ เด็กและคนชราจะเฝ้าบ้าน อยู่แบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ยึดถือวิถีการดำรงชีวิตวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ครอบครัวมีความอบอุ่น เด็กและเยาวชนได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวให้ได้รับการศึกษา ชาวบ้านปราสาทใช้ภาษาพูดเป็นภาษาประจำท้องถิ่นคือ ภาษาโคราช และนับถือศาสนาพุทธ

ช่องทางการติดต่อจองห้องพักหรือกิจกรรมต่างๆ ได้ที่ผู้ใหญ่บ้าน ชื่อนายเทียม ละอองกลาง โทรศัพท์ 089-5817870 ตำแหน่งประธานกลุ่ม และสามารถติดต่อได้โดยตรงกับชมรมการท่องเที่ยวเชิง

อนุรักษ์โบราณคดี หมู่ 7 บ้านปราสาทใต้ ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 30240 โทรศัพท์ 044-367075 หรือโรงเรียนบ้านธารปราสาท โทรศัพท์ 044-367062 อาจารย์จรัญ จอมกลาง โทรศัพท์ 081-7250791 หรือสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 1 (นครราชสีมา) โทรศัพท์ 044-213666, 044-213030 โทรสาร 044-213667

นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางจากจังหวัดนครราชสีมา ไปตามทางหลวงมิตรภาพนครราชสีมา-หนองคาย ประมาณ 44 กิโลเมตร และห่างจากถนนมิตรภาพ 2 กิโลเมตร ในบริเวณ ต.ธารปราสาท อ.โนนสูง

รูปภาพที่ 4 แผนที่การเดินทางมาโฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2555)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation: PR) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สร้างอาคารศูนย์บริการข่าวสารนักท่องเที่ยว และจัดทำเว็บไซต์ <http://www.tourismthailand.org/Nakhon-Ratchasima> เพื่อประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์และแหล่ง

ท่องเที่ยวใกล้เคียง นอกจากนี้หน่วยงานต่างๆ เช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถานศึกษา และองค์กรเอกชน เป็นต้น ได้เข้ามาทำสารคดีเพื่อเผยแพร่ทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ ให้กับบุคคลทั่วไป อีกทั้งยังมีการแจกแผ่นพับตามสถานที่ต่างๆ เช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว เพื่อครอบคลุมสถานที่ต่างๆ เกี่ยวกับการดำเนินงานของโฮมสเตย์บ้านปราสาท

พนักงานขาย (Personal Selling) จัดโครงการส่งเสริมอาชีพหัตถกรรม โดยได้รับการสนับสนุนวิทยากรจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มาฝึกอาชีพในด้านการให้ความรู้ และการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม เพื่อให้สมาชิกโฮมสเตย์สามารถนำเอาเอกลักษณ์ของชุมชนมานำเสนอออกมาในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีการแสดงสินค้าโดยสมาชิกกลุ่ม โฮมสเตย์ตามงานแสดงสินค้าต่างๆ เป็นสินค้าที่ทำมาจากกลุ่มโฮมสเตย์บ้านปราสาท อย่างต่อเนื่องนอกจากนี้ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง ซึ่งเป็นประธานกลุ่ม และคณะกรรมการโฮมสเตย์ ซึ่งได้รับรองจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ไปเป็นวิทยากรไปบรรยายในสถานที่ต่างๆ

การขายตรง (Direct Sale) การแจกแผ่นพับ ระบุเบอร์โทรผู้ใหญ่บ้าน นายเทียม ละอองกลาง (089-5817870) อาจารย์จรัญ จอมกลาง (081-7250791) นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถติดต่อโดยตรงที่โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา 282 ม.7 ต.ธารปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา 30420 นอกจากนี้ยังมีเว็บไซต์ <http://www.esanguide.com/city/nakhonratchasima> นักท่องเที่ยวยังสามารถหาซื้อของฝากและของที่ระลึกจากการส่งเสริมกิจกรรมพานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิธีการผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน ทำหมวก กระเป๋า แฟ้มเอกสารสินค้าท้องถิ่น เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหม เครื่องดนตรีไทย การทำพิน ซอด้วง ซออู้ และชมกลุ่มสตรีทำขนมและอาหาร ที่บ้านของกลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจของที่ระลึกของโฮมสเตย์

การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) บ้านปราสาทโฮมสเตย์มีช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การมาพักคือระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคมซึ่งอากาศกำลังเย็นสบายดังนั้นทางโฮมสเตย์จึงมีการลดราคาค่าห้องพัก รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการท่องเที่ยวในช่วงเดือน ที่มีผู้เข้าพักในปริมาณน้อย เช่น ฤดูร้อนและฤดูฝน เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาพักที่โฮมสเตย์มากขึ้น และมีการให้ของที่ระลึกซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้านแก่ผู้เข้าพัก

จากการพัฒนาให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่างอย่างต่อเนื่องโดยที่ชุมชนได้เข้าใจบทบาทของการท่องเที่ยวรวมทั้งบรรณคดีให้ชาวบ้านเกิดความรู้สึกรัก และหวงแหนในฐานะที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวอันสำคัญแห่งนี้ ร่วมใจกันรักษาสภาพแวดล้อมในหมู่บ้านตลอดจนประเพณี วัฒนธรรม ที่น่าศึกษาและเรียนรู้ ดังนั้น โครงการพัฒนาแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท จึงได้รับรางวัลชนะเลิศ ในระดับนานาชาติ ได้แก่

1) รางวัลชนะเลิศ The ASEANTA AWARDS FOR EXCELLENCE IN TOURISM 1996 ในประเภท "The ASEAN Cultural Preservation Effort"

2) รางวัลชนะเลิศ PATA GOLD AWARDS 1994 ในประเภท PATA HERITAGE & CULTURE ซึ่งเป็นรางวัลจาก PACIFIC ASIA TRAVEL ASSOCIATION (PATA)

5. ด้านอรรถาัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

บ้านปราสาท มีจำนวน 202 หลังคาเรือน มีประชากรทั้งสิ้น 1,219 คน โดยเริ่มจัดที่พักแบบโฮมสเตย์มาตั้งแต่ พ.ศ.2536 ภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการหมู่บ้านที่พักทางวัฒนธรรมแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท มีสมาชิกเริ่มก่อตั้ง จำนวน 13 หลังคาเรือน ซึ่งในปัจจุบันผู้ใหญ่เทียม ละออง กลาง เป็นประธานโฮมสเตย์ และมีที่พักแบบโฮมสเตย์ 34 หลังคาเรือน สามารถรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการมาพักได้หลังละไม่เกิน 3 คน มีการจัดกิจกรรมกลุ่มต่าง ๆ ดังนี้

- กลุ่มสตรีสหกรณ์ (ผลิตหัตถกรรมจากต้นกก) ทำแพนั่ม กระเป๋า หมวก
- กลุ่มออมทรัพย์ (รับฝากเงินเพื่อออมทรัพย์กับสมาชิก)
- กลุ่มทำขนมและอาหาร (จัดทำขนมและอาหารจำหน่าย)
- กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน (ผลิตของใช้ทำจากกะลา และส่วนประกอบของต้นตาล)
- กลุ่มทอผ้า (ผ้ามัดหมี่และผ้าลายขิด)

การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคยให้แก่นักท่องเที่ยวโดยการมอบพวงมาลัยเพื่อแสดงการต้อนรับ และมีการสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิถีชีวิตของชุมชน และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของตนเอง และเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าเยี่ยมชมกลุ่มต่างๆ จะมีสมาชิกของกลุ่มคอยให้คำอธิบาย นำชมการผลิต และตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยว

6. ด้านกระบวนการ (Process)

6.1 ความปลอดภัย

การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และมีการจัดระบบดูแลความปลอดภัย มีการจัดการประชุมเพื่อขอความร่วมมือในการดูแลรักษาความสงบความปลอดภัยเพื่อมอบหมายการเฝ้าเวรยามของโฮมสเตย์และมอบหมายให้เจ้าของบ้านที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักเป็นผู้ดูแลความเรียบร้อยให้แก่ นักท่องเที่ยว เนื่องจากใกล้ชิดและสะดวกในการดูแลความปลอดภัยโดยมีการแนะนำนักท่องเที่ยวให้เข้าพักบ้านพักโฮมสเตย์ก่อนเวลาที่ทางโฮมสเตย์กำหนดเพื่อความปลอดภัย

6.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

โฮมสเตย์มีการกำหนดรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยวและกิจกรรมร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของชุมชนโดยรายละเอียดของกิจกรรม ได้แก่

1) ชมแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 7 บ้านปราสาทใต้ ต.ธารปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา อายุ 2,500 – 3,000 ปี หลุมขุดค้นที่ตกแต่งและเปิดให้ชม มีทั้งหมด 3 แห่ง คือ หลุมขุดค้นที่ 1 มีโครงกระดูกฝังอยู่ในชั้นดินแต่ละสมัย แต่ละยุคมีลักษณะการฝังที่ต่างกันไป ยุค 3,000 ปี อยู่ในชั้นดินระดับล่างสุดลึก 5.5 เมตร โครงกระดูกจะหันหัวไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ยุค 2,500 ปี หันหัวไปทางทิศตะวันออก ยุค 2,000 ปีหันหัวไปทางทิศใต้ แต่คติในการฝังจะคล้ายกันคือจะนำเครื่องประดับ เช่น กำไลเปลือกหอย ลูกปัด แหวนสำริด กำไลสำริด เครื่องประดับศีรษะทำด้วยสำริดและภาชนะของผู้ตายฝังร่วมไปด้วยกับผู้ตาย

ช่วงสามระยะแรกนี้เป็นภาชนะดินเผาเคลือบน้ำดินสีแดง แบบลายเชือกทาบ ลักษณะหลักของภาชนะเป็นแบบคอแคบปากบานแต่บางใบมีทรงสูงเหมือนคนโท บางชิ้นมีลักษณะเป็นทรงกลมสั้น ต่อมาในยุค 1,500ปี ลักษณะภาชนะจะเปลี่ยนเป็นแบบพิมายดำ คือ มีสีดำ ผิวขัดมัน เนื้อหยาบบาง

หลุมขุดค้นที่ 2 ในดินชั้นบนพบร่องรอยของศาสนสถานในพุทธศตวรรษที่ 13-16 เรียกกันว่า “คูธารปราสาท” และพบเศียรพระพุทธรูปในสมัยเดียวกัน ศิลปะทวารวดีแบบท้องถิ่น นอกจากนี้ยังพบรูปปั้นดินเผาผู้หญิงครึ่งตัวเอามือกุมท้องลักษณะคล้ายตั้งครรภ์ และชิ้นส่วนลายปูนปั้นประดับปราสาท

หลุมขุดค้นที่ 3 พบโครงกระดูกในชั้นดินที่ 5.5 เมตร เป็นผู้หญิงทั้งหมด เป็นที่น่าสังเกตว่ากระดูกทุกโครงในหลุมนี้ไม่มีศีรษะ และภาชนะนั้นถูกทุบให้แตกก่อนที่จะนำลงไปฝังด้วยกัน นัก

โบราณคดีสันนิษฐานว่าเป็นโครงกระดูกของผู้หญิงที่ถูกประหารชีวิตและนำศีรษะไปแห่ประจาน และได้พบส่วนกะโหลกอยู่รวมกันในอีกที่หนึ่ง ซึ่งห่างจากจุดเดิมเพียง 500 เมตร ชาวบ้านปราสาทจะร่วมกันทำบุญอุทิศส่วนกุศลในวันที่ 2 เมษายน ของทุกปี

2) ชมอาคารพิพิธภัณฑ 2 หลัง ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ที่แสดงประวัติและความเป็นมาของแหล่งโบราณคดีพิพิธภัณฑบ้านปราสาทเป็นพิพิธภัณฑประจำแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท เป็นศูนย์ข้อมูลที่อธิบายถึงคุณค่าและความสำคัญของหลักฐานทางโบราณคดีที่ขุดค้นพบภายในบริเวณบ้านปราสาทได้ รวมทั้งการให้ความรู้เกี่ยวกับการขุดค้นและหลักฐานทางโบราณคดีในเขตอีสานใต้ รวมถึงข้อมูลทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของผู้คนที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในบริเวณบ้านปราสาทนับแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

- 3) ชมหัตถกรรมพื้นบ้าน ทำหมวก กระเป๋า แฟ้มเอกสารเก่าๆ พัด เป็นต้น
- 4) ชมกลุ่มผลิตสินค้าท้องถิ่น เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหม
- 5) ชมกลุ่มผลิตเครื่องดนตรีไทย การทำพิณ ซอด้วง ซออู้
- 6) ชมกลุ่มสตรีทำขนมและอาหาร
- 7) พิธีบายศรีสู่ขวัญ ชมวิถีชีวิตของชาวบ้าน เช่น การดำนา เกี่ยวข้าว
- 8) ชมวงมโหรี การแสดงนาฏศิลป์ของเด็กและเยาวชน

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมพิเศษซึ่งขึ้นอยู่กับความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เช่น กิจกรรมตกปลา ดูหิ่งห้อยในช่วงกลางคืน (ขึ้นอยู่กับฤดูกาล) เป็นต้น ซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน โดยมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในการนำเที่ยว เช่น เจ้าของบ้านปราสาทท่องเที่ยว ผู้นำที่ได้รับมอบหมาย และนักเรียนที่ได้รับการฝึกหัดเป็นผู้นำเที่ยวประมาณ 5-6 คนเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากร สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ค่านิยมภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยว โดยไม่มีการคิดค่าใช้จ่ายในการนำเที่ยว รวมทั้งมีการจัดพิธีบายศรีสู่ขวัญต้อนรับนักท่องเที่ยว และการนำชมแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท โดยวิทยากรท้องถิ่นอีกด้วยค่าตอบแทนขึ้นอยู่กับสันทนาการของผู้เข้าพัก

6.3 ด้านวัฒนธรรม

รูปแบบของโฮมสเตย์ที่ใช้ในการพักอาศัยของนักท่องเที่ยวยังคงเป็นบ้านของชาวบ้านที่มีการอาศัยอยู่ในปัจจุบัน เพื่อแสดงถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่น ที่ไว้ในส่วนอาคารพิพิธภัณฑบ้านปราสาทเป็นเรือนไทยประยุกต์ ดูสวยงามร่มรื่น การจัดแสดงมี 2 ชั้น ชั้นบนเป็นห้องประวัติศาสตร์บ้านปราสาท ห้อง

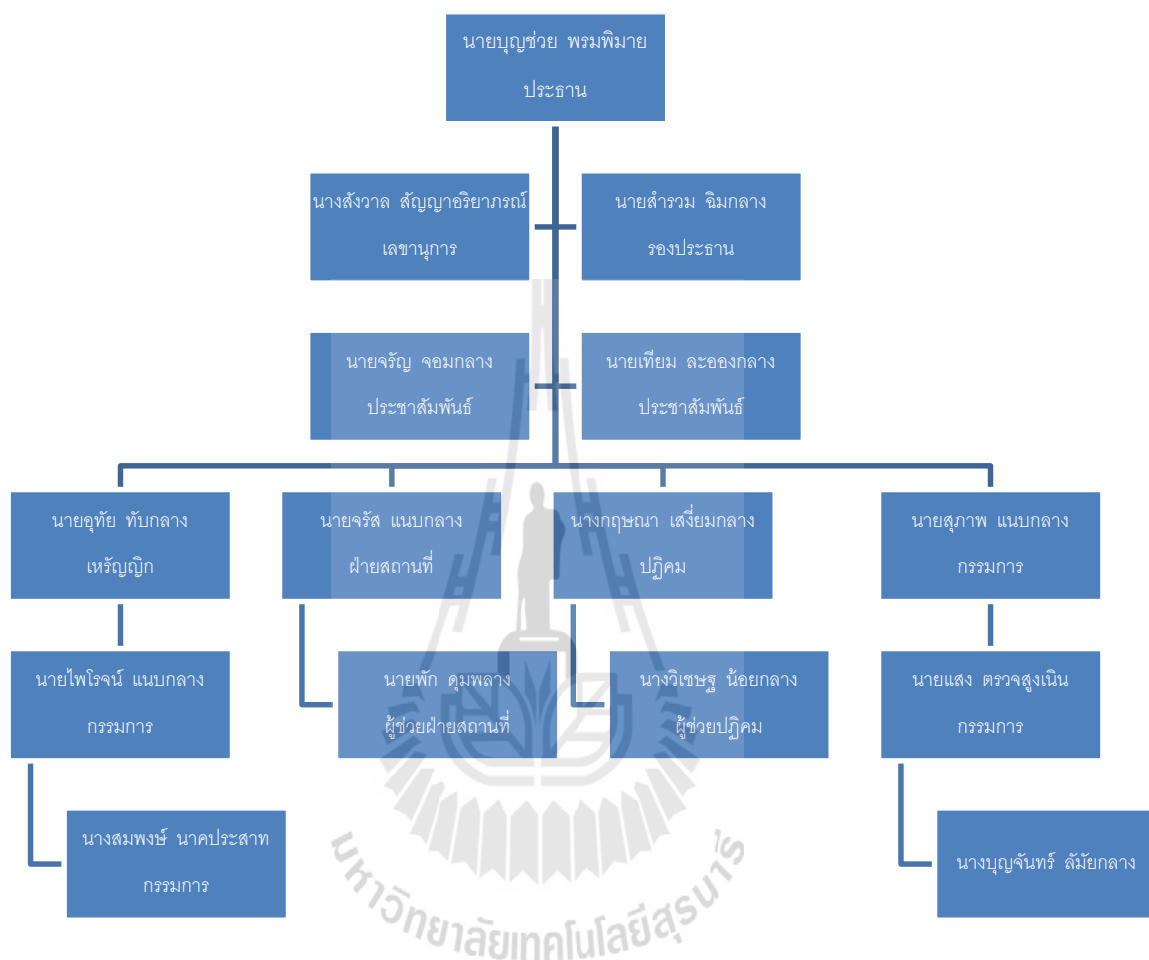
แสดงเครื่องใช้ประจำวัน ชั้นล่างเป็นห้องจัดแสดงการจำลองหลุมการขุดค้น และในตู้กระจกมีการจัดแสดง ภาชนะดินเผา เครื่องประดับต่างๆที่มีการฝังไว้กับโครงกระดูก อีกทั้งนักท่องเที่ยวจะได้รับชมพิธีบายศรีสู่ขวัญ และวงมโหรี การแสดงนาฏศิลป์ของเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นความร่วมมือระหว่างชุมชนและโรงเรียน ที่มีการจัดให้มีการแสดงของเด็กและเยาวชน เพื่ออนุรักษ์ และถ่ายทอดวัฒนธรรม ศิลปะ และการละเล่น พื้นบ้าน ชมวิถีชีวิตของชาวบ้าน เช่น นักท่องเที่ยวตักบาตรในตอนเช้าร่วมกับเจ้าบ้าน การดำนา เกี่ยวข้าว การเลี้ยงไหม การเดินทางโดยใช้รถอีแต่น เป็นต้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังได้เยี่ยมชม และร่วมกิจกรรม ทัศนกรรมพื้นบ้าน ทำหมวก กระเป๋า แฟ้มเอกสารเก้าอี้ พัด เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผ้าฝ้าย ผ้าไหมผลิตเครื่องดนตรีไทย การทำพิน ซอด้วง ซออู้ และการทำขนมและอาหารจากวัตถุดิบที่หาได้ภายใน ท้องถิ่น

6.4 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

ความเป็นมาเริ่มก่อตั้งเมื่อ ปี พ.ศ.2536 เริ่มมาจากการขุดค้นพบ แหล่งโบราณคดีเป็นโครงกระดูกมนุษย์พร้อมภาชนะดินเผาจากหลักฐานพบว่าเป็นกลุ่มวัฒนธรรมแบบทวารวดีและเขมรโบราณ โดยจัดตั้งกลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ซึ่งมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) เป็นที่ปรึกษาการดำเนินการ เป็นกลุ่มใช้เงินทุนของกลุ่มเอง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์ และการตลาด จัดหาน้ำประปา มีวิทยากรสอนฝึกทำ ทัศนกรรม ต่างๆ คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการต้อนรับ นักท่องเที่ยว เช่น ทำความสะอาดตามถนน ช่วยกันพัฒนาเนื่องในวันสำคัญ เช่น วันพ่อแห่งชาติ (5 ธันวาคม) วันแม่แห่งชาติ (12 สิงหาคม) และกิจกรรมต่างๆ เช่น พิธีบายศรีสู่ขวัญ

การรวมกลุ่มของชาวบ้าน และมีการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มโฮมสเตย์ประมาณ 4-5 ปีต่อครั้ง โดยคณะกรรมการทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการดำเนินงาน เนื่องจากหัวหน้ากลุ่ม เข้าอบรมและนำความรู้มาเผยแพร่แก่คณะกรรมการทำงานทุกคน โดยส่วนใหญ่บุคคลที่ได้รับจากการเลือกตั้งจะเป็นคณะกรรมการกลุ่มที่เคยมีประสบการณ์ในการทำงานมาแล้วและมีการประชุมสัมมนา เครือข่ายในระดับจังหวัด และระดับประเทศอยู่เสมอและมีการเก็บเงินส่วนหนึ่งจากค่าที่พักของ นักท่องเที่ยวจากชาวบ้านที่เป็นสมาชิก ทำเนียบบุคคลากรกลุ่มโฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา ดังรูปภาพที่ 5

รูปภาพที่ 5 ทำเนียบบุคคลากรกลุ่มโฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



โฮมสเตย์โดยนำเงินที่ได้เข้าส่วนกลาง เพื่อใช้ในการบริหารจัดการ และนำไปจัดซื้ออุปกรณ์ต่างๆ ปรับปรุงเกี่ยวกับสถานที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว และมีการจัดสรรเงินรายได้ส่วนหนึ่งเข้าส่วนกลางของชุมชนเพื่อสาธารณประโยชน์ของชุมชน รวมถึงปรับปรุงสภาพแวดล้อมนอกจากนี้ยังมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม เช่น การหมุนเวียนการให้บริการของแต่ละหลังคาเรือนเพื่อให้ทุกครัวเรือนมีรายได้ และมีการระบุดำเนินการและค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบันไว้ในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยว

ลักษณะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมมากันเป็นกลุ่มทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวผู้ที่ชื่นชอบธรรมชาติ และต้องการศึกษาวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์โบราณสถาน และเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวบ้านช่วงเวลาที่เหมาะแก่การมาพักคือระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคมซึ่งอากาศกำลังเย็นสบาย ชาวบ้านปราสาทก็เหมือนกับหมู่บ้านอีสานทั่วไปที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมทำนา โดยทำนากันเพียงปีละครั้ง ยามว่างชาวบ้านมักประกอบอาชีพทำหัตถกรรมเสริมรายได้ บ้างสานเสื่อกก สานหมวก หรือสานรองเท้าว กระจเป่า บ้างบ้านเลี้ยงไหมทอผ้า บ้างทำเครื่องดนตรีไทยประเภทเครื่องสาย มีทั้งซอด้วง และซอด้วง

7. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ชุมชนมีการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต่างๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว ลำปราสาท ลำน้ำศักดิ์สิทธิ์ ศาลปู่ตา ซึ่งมีต้นมะขามใหญ่อายุหลายร้อยปี และทำนุบำรุงแหล่งโบราณคดียุคก่อนประวัติศาสตร์ 3 หลุม พิพิธภัณฑ 2 หลังให้มีสภาพเหมือนเดิม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวภายในชุมชน มีการปลูกข้าวไว้บริโภคและไว้ขาย ปลูกพืชผักสวนครัวไว้รับประทานเอง หาปลาในลำธารปราสาท กินเองและขาย และเลี้ยงไก่บ้านไว้กินเอง มีการร่วมมือดูแลสภาพแวดล้อมภายในชุมชนให้สะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย และสวยงาม

นอกจากนี้คนในชุมชนร่วมกันสร้างจิตสำนึกในการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนเพื่อสร้างความภาคภูมิใจอย่างยั่งยืนยาวนาน คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ ความเป็นอยู่ของท้องถิ่นและไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ต่อวัฒนธรรมอันดีของชุมชน รวมทั้งเป็นการสืบทอดวัฒนธรรมอันดีกับคนรุ่นหลังต่อไป เช่น การต้อนรับนักท่องเที่ยว การเรียกขวัญ การรับประทานอาหาร การประกอบอาชีพ การใช้รถอีแต่น ในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

ตอนที่ 2 โคมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

โคมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาได้รับรองมาตรฐานปี พ.ศ. 2551 และปี พ.ศ. 2554

บ้านสุขสมบูรณ์ เดิมมีชื่อว่า บ้านห้วยขมิ้นเนื่องจากติดกับลำห้วยขมิ้น ซึ่งมีต้นขมิ้นเหลืองกระจายรอบลำห้วยจำนวนมาก จนเมื่อพ.ศ.2529 ผู้ว่าราชการจังหวัดได้เข้ามาตรวจเยี่ยมหมู่บ้าน และเห็นว่าหมู่บ้านแห่งนี้มีความอุดมสมบูรณ์ จึงได้ตั้งชื่อหมู่บ้านใหม่ว่าบ้านสุขสมบูรณ์และจากความคิดริเริ่มของชาวบ้านกลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูลที่เห็นว่าบ้านสุขสมบูรณ์นั้น มีความอุดมสมบูรณ์และยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาจำนวนมาก ในปี พ.ศ. 2549 จึงได้จัดตั้งโคมสเตย์โดยใช้ชื่อว่า กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล โคมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์โดยจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงเกษตรให้นักท่องเที่ยวเลือกชมตามความสะดวก

1.1 การจัดการด้านที่พักของโคมสเตย์

การจัดบ้านพักมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรับรองนักท่องเที่ยวประมาณ 10 หลัง รับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 50 คน สามารถพักได้ 7-8 คนต่อหลัง โดยชาวบ้านจะสุมบ้านพักให้นักท่องเที่ยวเอง มีการบริหารจัดการโดยใช้การหมุนเวียนระหว่างบ้านแต่ละหลัง เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้พักอาศัยอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยมีการแจ้งข้อปฏิบัติระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้เข้าพักอย่างชัดเจน และมีการจัดห้องนอนของผู้เข้าพักแยกกับเจ้าของบ้านอย่างเป็นสัดส่วน รวมถึงมีห้องน้ำที่ถูกละสุขลักษณะ และการทำความสะอาดบริเวณรอบบ้านพักโคมสเตย์

1.2 ด้านอาหารและโภชนาการ

ด้านอาหารและโภชนาการมีการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เช่น ผักไร้สาร เหน็ด ของป่า โดยสามารถนำมาประกอบอาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว รายการอาหาร เช่น น้ำพริกเห็ด ผัดเห็ดหอมสี่สหาย ปลา นิลท่องน้ำตก ผัดกุ้งรวมมิตร ลาบเห็ดสามอนงค์ น่องไก่ลุยสวน เป็นต้น ทั้งนี้รายการอาหารมีการปรับตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ในการประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยว มีการดูแลรักษาภาชนะที่นำมาประกอบอาหารให้มีความสะอาด รวมถึงการจัดหาน้ำดื่มและเครื่องดื่มให้เพียงพอ และสะอาด เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

2. ด้านราคา/ค่าใช้จ่าย (Price)

2.1 ค่าที่พัก

ค่าที่พักโฮมสเตย์ 200 บาท/คน/วัน ไม่รวมค่าอาหาร หรือ คนละ 350 บาท/คน/วัน รวมอาหาร 2 มื้อคือมื้อเช้าและเย็น

2.2 ค่าอาหาร

ค่าอาหาร มื้อกลางวัน/เย็น มื้อละ 100 บาท/คน ส่วนมื้อเช้าราคา 50 บาท/คน ซึ่งราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามข้อตกลง ขึ้นอยู่กับประเภทและรายการของอาหารและจำนวนผู้เข้าพัก

2.3 ค่ากิจกรรม

โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์อยู่ใกล้กับอุทยานแห่งชาติทับลาน ซึ่งเป็นป่าลานผืนใหญ่ผืนสุดท้ายของประเทศไทย และมีผืนป่าสมบูรณ์ที่เป็นต้นน้ำลำธารสำคัญหลายสายที่ไหลรวมกันเป็นแม่น้ำมูล ซึ่งไหลไปทางจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และแม่น้ำบางปะกงไหลไปทางจังหวัดในภาคตะวันออก โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์อยู่บนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรก่อนถึงผาเก็บตะวันซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของวังน้ำเขียว

- กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรเมื่อมาพักที่บ้านสุขสมบูรณ์ ได้แก่ เยี่ยมชมและตกปลาในอ่างเก็บน้ำห้วยขมิ้น เยี่ยมชมสวนผักปลอดสารพิษและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผักปลอดสารพิษที่สวนลุงไกร เยี่ยมชมฟาร์มเห็ดหอม และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดหลายชนิด เยี่ยมชมแปลงดอกเบญจมาศ เป็นต้น โดยมีค่าบริการนำเที่ยวโดยรถแท็กซี่ 500 บาท/คัน สามารถนั่งได้ 10 คน/คัน ค่าบริการมัคคุเทศก์นำเที่ยว 200 บาท/คนละ และค่าบริการศรีสุขวัณในการต้อนรับหมู่คณะ 1,500 บาท/ครั้ง

- กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ การท่องเที่ยวที่ผาเก็บตะวัน ซึ่งตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติทับลานโดยมีกิจกรรมที่น่าสนใจ คือ ชมวิวชมพระอาทิตย์ตกดินและกิจกรรมปลูกป่ากันด้วยการยิงเมล็ดพันธุ์พืช ด้วยหนังสือเมล็ดพันธุ์พืช มีทั้งเมล็ดมะค่าโมง และเมล็ดลาน หรือ "ลูกลาน บริการด้วยราคาถูกลง 10 บาท อีกทั้งยังมีกิจกรรมการเดินป่าศึกษาธรรมชาติ ป่าลาน และการดูนก ซึ่งเป็นอีกกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยมีค่าธรรมเนียมผ่านด่านผู้ใหญ่ 20 บาท เด็ก 10 บาทรถยนต์คันละ 30บาท รถจักรยานยนต์คันละ 20 บาท

2.4 ค่าของฝาก/ของที่ระลึก

ของฝากส่วนใหญ่หาได้จากชุมชนใกล้เคียง ซึ่งตั้งอยู่ในชุมชนตำบลไทยสามัคคี อ.วังน้ำเขียว จ.นครราชสีมา โดยส่วนใหญ่จะเป็นของสดจากท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น เห็ด ผลไม้ ดอกไม้ ผักต่างๆ เป็นต้น เนื่องจากชุมชนในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ทำไร่ทำนา ทำไร่ข้าวโพด ปลูกแตงกวาทำไร่พริก ทำผักปลอดสารพิษ ทำเห็ดหอม ปลูกดอกเบญจมาศ ทำสวนผลไม้ เป็นต้นดังนั้นจึงยังไม่มีมีการจัดทำของที่ระลึกของสมาชิกโฮมสเตย์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อได้ง่ายจากสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ในใกล้เคียง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการติดต่อจองห้องพักหรือกิจกรรมต่างๆ นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อสอบถาม และติดต่อที่พักได้ที่ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ ชื่อคุณบังอร พรอันแสง หมายเลขโทรศัพท์ 081-977-8516 และสมาชิกโฮมสเตย์ ชื่อคุณนรินทร์ ถึงกลาง โทรศัพท์ 081-977-7961 หรือติดต่อโดยตรงได้ที่ 27 หมู่ 2 บ้านสุขสมบูรณ์ 1 ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

รูปภาพที่ 6 แผนที่การเดินทางมาโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2555)

นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาทางรถยนต์ โดยสารรถประจำทางปรับอากาศสาย นครราชสีมา – ชลบุรี, นครราชสีมา-จันทบุรี และรถตู้ อำเภอปักธงชัย-กบินทร์ ปราจีนบุรี-นครนายก-อนุสาวรีย์ ลงที่ อำเภอวังน้ำเขียวและจ้างรถมอเตอร์ไซด์รับจ้าง (ราคา 80 บาท) ไปที่บ้านสุขสมบูรณ์ ระยะทางจาก อำเภอวังน้ำเขียวจึงบ้านสุขสมบูรณ์ 14 กิโลเมตร

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

มีการโฆษณาผ่านเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ การท่องเที่ยวของชุมชน โดยโฮมสเตย์มีการจัดทำนามบัตร เพื่อเป็นการเผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยวที่ผ่านมา และอาศัยความร่วมมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จาก สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานราชการต่างๆ ใกล้เคียง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลไทยสามัคคี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อีกทั้งการบอกปากต่อปากจากนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์เคยเข้าพัก และมีชื่อของกลุ่ม โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวกับโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจาก กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น หนังสือโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน

5. ด้านอรรถศาสตร์ของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

ชุมชนในพื้นที่ประกอบอาชีพหลายอย่าง เช่น ทำไร่ทำนา ทำไร่ข้าวโพด ปลูกแตงกวาทำไร่พริก ทำผักปลอดสารพิษ ทำเห็ดหอม ปลูกดอกเบญจมาศ ทำสวนผลไม้ ทำบ้านพักโฮมสเตย์ นับถือศาสนาพุทธ เนื่องจากชาวบ้านยังมีความเป็นชาวบ้านชุมชน ซึ่งมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นชุมชนใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้น สมาชิกโฮมสเตย์มีการย้ายถิ่นฐานมาจากท้องถิ่นต่างๆ ในภาคอีสาน มีรูปแบบการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ เช่น อาหารการกิน การใช้ชีวิต การเพาะปลูก จึงสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวให้รู้จัก และเรียนรู้วิถีชีวิตของเจ้าของบ้าน ตลอดช่วงระยะเวลาที่เข้าพักที่โฮมสเตย์นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลายวัฒนธรรมผ่านเจ้าของบ้านได้เป็นอย่างดี

6. ด้านกระบวนการ (Process)

6.1 ความปลอดภัย

การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีแนวทางปฏิบัติเพื่อการช่วยเหลือเบื้องต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดเจ็บป่วย หรือได้รับอุบัติเหตุ และยาสามัญประจำบ้านทุกบ้าน ที่อยู่ในสภาพ

ใช้ได้ทันที มีการตรวจสอบวันหมดอายุอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้การจัดระบบดูแลความปลอดภัย โดยมี ตำรวจบ้านในการรักษาความปลอดภัย และมีการแจ้งไปที่หน่วยงานตำรวจชุมชน เพื่อขอกำลังเสริมเมื่อมี ปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ นักท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตามกฎการเข้าพักอาศัยอย่างเคร่งครัด เช่น ต้องมีการแจ้งเจ้าของบ้านถ้าออกจากบ้านในเวลากลางคืนเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ข้อควรปฏิบัติของชุมชน เช่น นักท่องเที่ยวต้องเข้าบ้านพักโฮมสเตย์ก่อนเวลา 19.00 น. เพื่อความสะดวกในการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มีข้อห้ามหยุดการใช้เครื่องขยายเสียง เวลา 22.30 น. เป็นต้น

6.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

บ้านสุขสมบูรณ์อยู่บนเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรก่อนถึงผาเก็บตะวันแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของวังน้ำเขียว กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูลโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ ได้มีการวางแผนร่วมกันระหว่าง คณะกรรมการและชุมชนเกี่ยวกับโปรแกรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ดึงดูดความสนใจของ นักท่องเที่ยว ได้แก่

- อ่างเก็บน้ำห้วยขมิ้นสร้างขึ้นโดยสำนักเร่งรัดพัฒนาชนบท เพื่อใช้เป็นแหล่งน้ำของชุมชน นอกจากนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนแล้ว อ่างเก็บน้ำห้วยขมิ้นแห่งนี้ยังเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวบ้านในชุมชน บ้างก็มานั่งพักผ่อน บางท่านก็มาตกปลา หรือเดินชมธรรมชาติบริเวณอ่างเก็บน้ำห้วยขมิ้น

- สวนลุงไกร เป็นแหล่งปลูกผักเมืองหนาวปลอดสารพิษที่โด่งดังของ อ. วังน้ำเขียว บนพื้นที่ 15 ไร่ มีแปลงผักทอดตัวยาวปลูกสลับกันหลากหลายพันธุ์ เช่น คอสปัตเตอร์เฮดเรดโอ๊ก กรีนโอ๊กเรดลีฟ ผักกาดแก้ว มะเขือเทศ กะหล่ำปลีม่วง เบบีแครอท เป็นต้น เมื่อมาถึงสวน ลุงไกร ชมน้อย เจ้าของสวนจะเป็นวิทยากรบรรยายเรื่องราว เกี่ยวกับการเพาะปลูกผักปลอดสารพิษ และโชว์ลูกคอกและฝีมือการเล่นกีตาร์สไตล์คันทรี่ สร้างความครื้นเครงให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย

- ฟาร์มเห็ดบ้านบุไทรศูนย์สาธิตปลูกและแปรรูปเห็ดหอมบ้านบุไทร ชมเทคนิคด้านการเกษตรที่ผลิตโดย ภูมิปัญญาชาวบ้านและเจาะลึกกรรมวิธีแปรรูปเห็ดหอม ให้เป็นสินค้าสารพัดพร้อมเลือกซื้อเห็ดสดและเห็ดแปรรูป

ฟาร์มเห็ดหลินจือ เห็ดหอม ซึ่งเป็นเห็ดเศรษฐกิจที่มีมูลค่าสูง แต่เพาะเลี้ยงได้เฉพาะเขตที่มีอากาศหนาวเย็นเท่านั้น รวมถึงการพัฒนาสายพันธุ์ที่กระตุ้นให้ออกดอกได้ง่าย การจัดการความชื้นในก้อนเห็ดเลียนแบบธรรมชาติ การกระตุ้นการออกดอกด้วยความเย็น 10 องศาเซลเซียส

- สวนดอกเบญจมาศของคุณสมประสงค์ เป็นสวนเบญจมาศที่ใหญ่ที่สุดในวังน้ำเขียว อยู่ในเขตบ้านบุไผ่ ต.ไทยสามัคคี ปลูกเบญจมาศมากถึง 500 แปลง บนพื้นที่ 10 ไร่อันกว้างใหญ่ เป็นศูนย์กลางจำหน่ายเบญจมาศ ตัดดอก โดยเกษตรกรผู้ปลูกดอกเบญจมาศในเขตไทยสามัคคีส่วนใหญ่ นำผลผลิตของตนมาจำหน่ายกันที่นี่ มากถึง 40-50 สายพันธุ์ โดยแบ่งเป็นสีขาว เหลือง แดง ม่วง ส้ม และชมพู ซึ่งเกษตรกรแต่ละคนจะแยกกันปลูกใน ที่ของตน บริเวณหลังห้วยบุไผ่ นักท่องเที่ยวสามารถมาซื้อเป็นของฝาก หรือถ้าต้องการชม แปลงเพาะ ก็อยู่ไม่ไกลกันนัก สามารถติดต่อขอเข้าชมได้ทุกวัน

- ยิงหนังสติ๊ก ปลูกป่า ผาเก็บตะวัน เป็นจุดชมทิวทัศน์ยามพระอาทิตย์ตกดินที่สวยงามของ อ. วังน้ำเขียว ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของอุทยานแห่งชาติทับลาน บนเขาเส้นกำแพง ด้านล่างเป็นผืนป่าดงดิบ มาที่นี่ นักท่องเที่ยวจะได้พบกับกิจกรรมการปลูกป่ามะค่าโมงด้วยหนังสติ๊กกับไม้กอล์ฟ เพื่อให้เมล็ดมะค่าโมงลอยไปตกยังผืนป่าด้านล่าง เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับธรรมชาติ

6.3 ด้านวัฒนธรรม

เนื่องจากชุมชนสุขสมบูรณ์เป็นชุมชนใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นมา เกิดจากการที่คนในพื้นที่ต่างๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออพยพมาอยู่ในเขตของชุมชน ดังนั้นจึงเกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม ลักษณะความเป็นอยู่จึงค่อนข้างหลากหลาย แต่ยังคงเอกลักษณ์ของความเป็นอีสาน การดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ชุมชนและโรงเรียนมีแผนงานฟื้นฟู อนุรักษ์ และถ่ายทอดวัฒนธรรม ศิลปะ และการละเล่นพื้นบ้าน และการรักษาวิถีชีวิตชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ มีการดำเนินวิถีชีวิตที่เป็นปกติ เช่น การทำบุญตักบาตร การบายศรีสู่ขวัญอีสาน งานประเพณีต่างๆ เป็นต้น

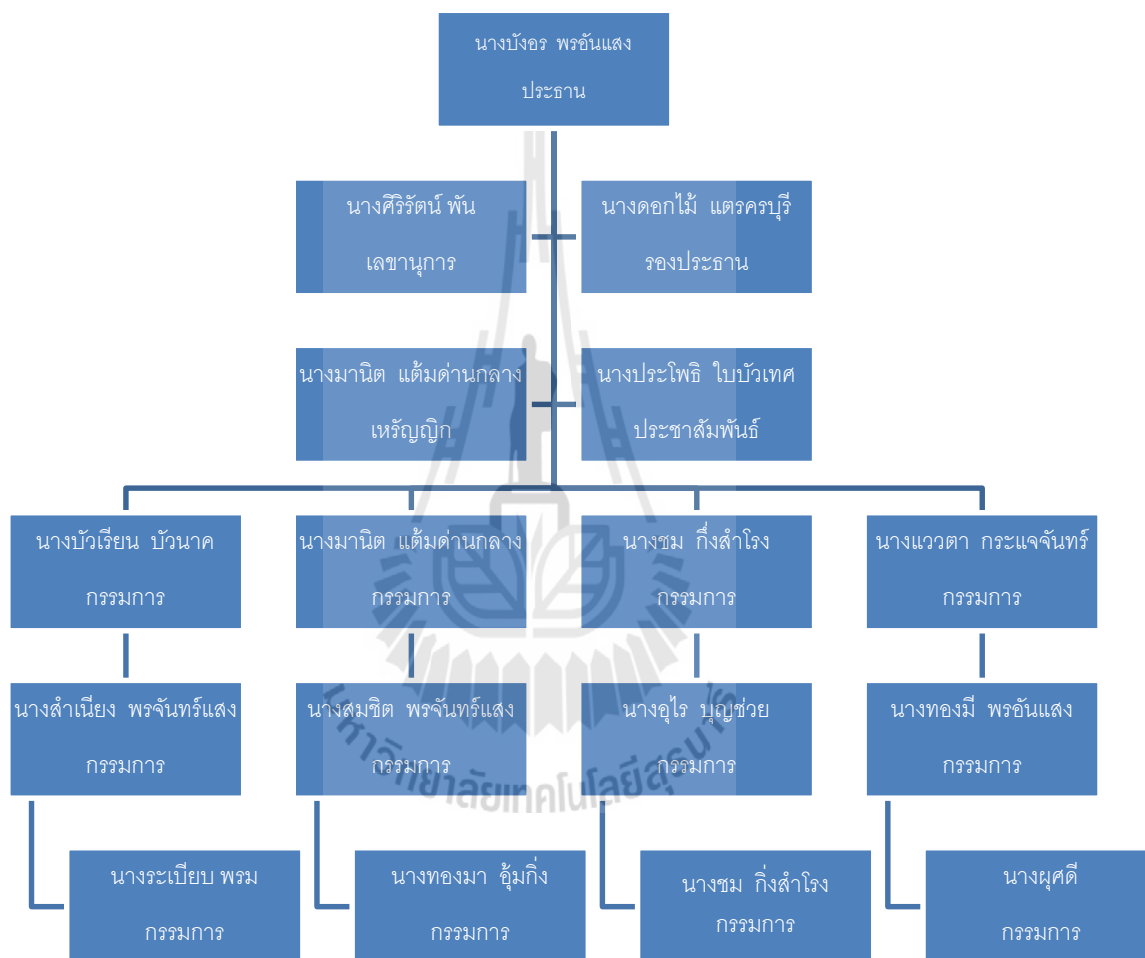
6.4 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

รูปแบบการบริหารจัดการชุมชนบ้านสุขสมบูรณ์ ได้ดำเนินการเป็นกลุ่มโฮมสเตย์ ได้ตั้งชื่อว่า กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูลโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ เนื่องจากชาวบ้านกลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูลเห็นว่าบ้านสุขสมบูรณ์นั้น มีความอุดมสมบูรณ์และยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจจึงได้จัดตั้งโฮมสเตย์กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูลโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ขึ้น

บริหารจัดการโดยกลุ่ม มีประธานกลุ่ม คุณบังอร พรอันแสง มีรองประธานและคณะกรรมการรวมจำนวน 9 คน มีการลงหุ้น มีเงินออม มีกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และการใช้ประโยชน์กลุ่มชุมชนได้ช่วยกันรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติและ การใช้ทรัพยากร เช่น ช่วยกันปลูกป่าชุมชน ช่วยกันดูแลรักษาอ่างเก็บน้ำให้เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวและลักษณะนักท่องเที่ยวเป็น

กลุ่มนักศึกษา และมากันเป็นครอบครัว ทำเนียบบุคลากรกลุ่มโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ดังรูปภาพที่ 7

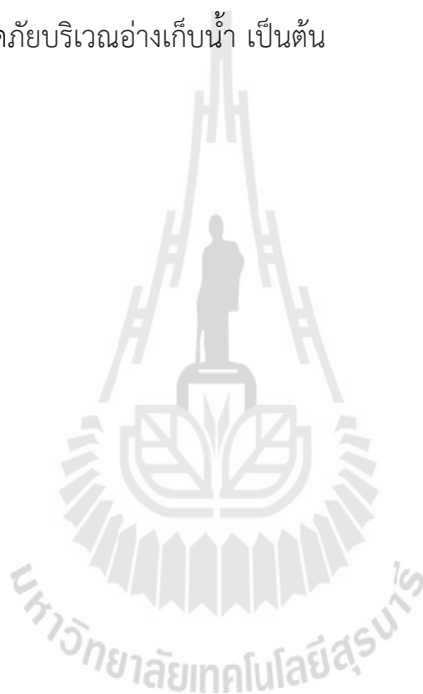
รูปภาพที่ 7 ทำเนียบบุคลากรกลุ่มโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา



การบริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชน ชุมชนจัดตั้งกลุ่ม บ้านพักโฮมสเตย์มีอาหารให้บริการ จำนวนบ้านพักโฮมสเตย์ในชุมชนมีประมาณ 10-12 ครัวเรือน ไว้ให้บริการตลอดปีบางครั้งถ้าเกิดโฮมสเตย์ ใกล้เคียง เช่น บุไทรโฮมสเตย์มีจำนวนผู้เข้าพักเต็ม ทางโฮมสเตย์ดังกล่าวจะมีการติดต่อให้นักท่องเที่ยว ส่วนที่เกินมาเข้าพักที่โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์

7. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)

สิ่งแวดล้อมรอบชุมชนมีธรรมชาติที่สวยงาม ได้แก่ อ่างเก็บน้ำห้วยขมิ้นพาร์มเห็ดบ้านบุไทร สวนผักปลอดสารพิษสวนผักไร้สารพิษไร่ ป.ปรากการ ผักปลอดสารพิษสวนลุงไกร วังน้ำเขียวพาร์ม สวนดอกเบญจมาศผาเก็บตะวันในเขตอุทยานทับลาน ชมทิวทัศน์ในเขตอุทยานนอกจากนี้พื้นที่ตั้งอยู่ใกล้อุทยานทำให้มีอากาศเย็นตลอดปี มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีอาหารดี เป็นแหล่งโอโซนที่ติดอันดับต้นๆของโลก และมีป่าที่อุดมสมบูรณ์ โดยตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติทับลานโดยกลุ่มชุมชนได้ช่วยกันรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่น ช่วยกันปลูกป่าชุมชน ไม่ตัดไม้ทำลายป่า ช่วยกันดูแลรักษาความปลอดภัยบริเวณอ่างเก็บน้ำ เป็นต้น



ตอนที่ 3 มาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

มาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมาได้รับรองมาตรฐานปี พ.ศ. 2549, 2551 และ พ.ศ. 2554

มาบกราดโฮมสเตย์เกิดจากผู้นำชุมชนประสานโดยอำเภอครบุรีให้เข้าร่วมอบรมโฮมสเตย์มาตรฐานไทยจัดโดยศูนย์การท่องเที่ยวและนันทนาการ จังหวัดนครราชสีมาหลังจากนั้น ผู้นำที่ผ่านการอบรมจากโครงการดังกล่าวได้ประชุมปรึกษากับแกนนำในชุมชนเพื่อจัดตั้งกลุ่มโฮมสเตย์ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นและเพื่อให้เกิดการบริหารจัดการทุนทางสังคมของชุมชนที่มีอยู่ให้มีศักยภาพในการส่งเสริมอาชีพ เพิ่มรายได้ ขยายโอกาสและเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน โดยมีบ้านพักประมาณ 14 หลัง นักท่องเที่ยวไม่สามารถเลือกว่าจะพักบ้านใดได้ เนื่องจากเป็นนโยบายของกลุ่ม โดยชาวบ้านจะสุมบ้านพักให้นักท่องเที่ยวเอง ทำให้มีการแบ่งรายได้กันในหมู่บ้าน มิเช่นนั้นถ้านักท่องเที่ยวเลือกได้ก็จะทำให้บ้านพักชาวบ้านที่ไม่ถูกเลือก ทำให้บ้านพักโฮมสเตย์บางหลังขาดรายได้และมองว่าไม่เป็นธรรม ดังนั้นจึงเป็นนโยบายของกลุ่มที่จะทำให้เกิดการกระจายรายได้ให้กับชาวบ้านในกลุ่ม โฮมสเตย์ทุกๆ หลังเท่ากัน

1.1 การจัดการด้านที่พักของโฮมสเตย์

เนื่องจากขณะนี้มีนักท่องเที่ยวเข้าพักโฮมสเตย์แห่งนี้จำนวนน้อยลง เนื่องจากสถานที่พักค่อนข้างจะอยู่ห่างไกลจากตัวอำเภออีกทั้งไม่ใช่เส้นทางหลัก (ประกอบกับนานจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก) ส่วนมากนักท่องเที่ยวจะมาเช่ากลับเย็น มีบางส่วนนอนค้างคืน และกางเต็นท์นอน ดังนั้นทางโฮมสเตย์จึงรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้าพักเป็นรายบุคคล และรับเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าพักเป็นแบบหมู่คณะเท่านั้น เพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการกับทรัพยากรที่มี การจัดนักท่องเที่ยวเข้าพักจะจัดเรียงเป็นคิวตามลำดับ โดยบ้านพักในหมู่บ้านที่เข้าร่วมกลุ่มมาบกราดโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นบ้านของเจ้าของที่แบ่งปันที่นอน หรือห้องนอนอย่างเป็นสัดส่วนมีประมาณ 14 หลัง เป็นบ้านแบบ 2 ชั้น รับนักท่องเที่ยวทั้งหมดประมาณ 100 คน โดยชาวบ้านจะสุมโดยการหมุนเวียนบ้านพักให้นักท่องเที่ยวเอง ทำให้มีการแบ่งรายได้กันในหมู่บ้าน เพื่อทำให้เกิดการกระจายรายได้ให้กับชาวบ้านในกลุ่มเท่าๆ กัน

1.2 ด้านอาหารและโภชนาการ

ส่วนอาหารที่นำมาบริการแก่นักท่องเที่ยว ชาวบ้านจะนำวัตถุดิบที่หาได้จากท้องถิ่นมาประกอบอาหาร ประกอบด้วย ปลาท้องถิ่นจากเขื่อนลำสะเซ เช่น ปลานึ่งอ่อน ปลาคัง ปลากด อาหารป่า เช่น เห็ดป่า ไข่มดแดง ซึ่งสามารถหาได้จากท้องถิ่นตามฤดูกาล การเพาะปลูกในชุมชน เช่น ผักต่างๆ โดยนำมาประกอบอาหารเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว รายการอาหารที่ให้บริการ เช่น

อาหารเช้า ได้แก่ กาแฟ ข้าวต้ม ข้าวต้มทรงเครื่อง

อาหารกลางวัน ได้แก่ น้ำพริกผักสด ไข่เจียว ต้มยำปลา และแกงจืด

อาหารเย็น ได้แก่ แกงป่าพื้นบ้าน ปลาเหงาต้มยำ ไข่เจียว และน้ำพริกผักสด

1.3 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก/ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในอดีตเคยมีการทำของที่ระลึกจากเศษไม้และผลิตภัณฑ์จากป่าเพื่อจำหน่าย เช่น แจกกัน ดอกไม้ แต่ในปัจจุบันไม่ได้ทำเพื่อจำหน่ายแล้ว สาเหตุจากนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักมีจำนวนไม่มาก จึงทำขึ้นเพื่อจัดแสดงโชว์ให้นักท่องเที่ยว และให้เป็นของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวเท่านั้น

2. ด้านราคา/ค่าใช้จ่าย (Price)

2.1 ค่าที่พัก

ราคาบ้านพักคืนละ 100 บาท/คน ไม่รวมค่าอาหาร

2.2 ค่าอาหาร

ค่าอาหารคิดเป็นรายหัวๆละ 70 บาท/มื้อ/คน

2.3 ค่ากิจกรรม

บ้านมาบกราด ตั้งอยู่ริมเขื่อนลำสะเซ จึงเป็นหมู่บ้านที่มีธรรมชาติและวิวทิวทัศน์บริเวณรอบเขื่อนลำสะเซที่สวยงาม มีปลาชุกชุม มีผีเสื้อและหิ่งห้อยจำนวนมาก มีป่าและหน้าผาเหนือเขื่อนที่อุดมสมบูรณ์ ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์มาบกราดจึงประกอบไปด้วย การล่องแพชมวิวทิวทัศน์สองฝั่งเขา การเดินป่าศึกษาสมุนไพร การล่องเรือตกปลา แต่แต่ละปีจะมีกิจกรรมแข่งขันฟาดเบ็ด ดำน้ำยิงปลา ตกปลาชะโด ล่าปลาชะโดตัวใหญ่ ปลาอีศพ ตัวละประมาณ 5-20 กิโลกรัม ดำน้ำยิงปลา ในช่วงเดือน

เมษายน-พฤษภาคม ชมผีเสื้อหลากหลายชนิด ช่วงเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม ชมแมลงหิ่งห้อยที่สวยงามในตอนกลางคืนที่นับวันจะหาชมได้ยากขึ้น

ค่าใช้จ่ายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

- นั่งเรือยาวชมทิวทัศน์รอบเขื่อน 15 คนต่อ เที่ยวๆ ละ 800 บาท มัคคุเทศก์ท้องถิ่น 200 บาท รวม 1,000 บาท

- ล่องเรือตกปลา 5-10 คน ค่าบริการ 600 บาท ยกlob ดำน้ำยิงปลา เซิงกุ้ง

- เดินป่าศึกษาสมุนไพร (ชมผาจันทร์แดง) ค่ามัคคุเทศก์ 200 บาท ค่าลูกหาบ 2 คน 400 บาท ชมจันผาอายุพันปี กล้วยไม้หลากพันธุ์ นกป่านานาชนิด ปืนผาชมวิวของเขื่อน ลำแะะ พื้นที่ป่าอุทยานแห่งชาติห้วยขาแข้ง สัมผัสโอโซนบริสุทธิ์

- มัคคุเทศก์ 200 บาท และลูกหาบ 400 บาทและผู้รักษาความปลอดภัย 200 บาท

- ปั่นจักรยานรอบหมู่บ้าน ค่าบริการ 40 บาท/คัน

- ล่องแพสำราญคาราโอเกะ ค่าบริการ 2,500 บาท/ต่อวัน

- ศึกษารวมชาติ ป่าดงดิบ อุทยานแห่งชาติห้วยขาแข้ง นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับ ช้างป่า หมูควาย หมูป่า ไก่ป่า ชะนี นกเงือก นกนานาชนิด พันธุ์ไม้นานาชนิด กระเช้าสีดา กล้วยไม้ป่า ค่าบริการ 600 บาท นอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น หาดจอมทอง หาดมะค่า และ หาดชมตะวัน

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ตำบลโคกกระชายเดิมขึ้นอยู่กับอำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา และเมื่ออำเภอครบุรี ได้แยกออกมาจากอำเภอโชคชัย ตำบลกระชาย จึงเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอครบุรี คนส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ ภาษาที่ใช้เป็นภาษาถิ่น "โคราช" หมู่บ้านห่างจากอำเภอมากที่สุด 30 กิโลเมตร สภาพทั่วไปของตำบลเป็นที่ราบเชิงเขา สภาพดินทั่วไปเป็นดินกรวด และหน้าดินถูกชะล้าง ตำบลโคกกระชายเป็นพื้นที่ต้นน้ำลำแะะ เป็นพื้นที่เก็บกักน้ำของเขื่อนลำแะะ การตั้งหมู่บ้านจะตั้งอยู่ตรงริมเขื่อนและแนวลำแะะ

ช่องทางการติดต่อจองห้องพักหรือกิจกรรมต่างๆ นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อจองบ้านพักได้ที่นาย ประกอบ สายกระโทก ตำแหน่งประธานกลุ่ม นายณรงค์ ยืนกระโทก ตำแหน่งรองประธานกลุ่ม หรือ สมาชิกของกลุ่มโฮมสเตย์ที่ทำการโฮมสเตย์ 547 หมู่ที่ 5 ตำบลโคกกระชาย อำเภอครบุรี จังหวัด

เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ ทำเว็บไซต์ (marbkhradhomestay.site90.com) โบร์ชัว นอกจากนี้สมาชิกโฮมสเตย์มีการเข้าร่วมการจัดแสดงสินค้าในงานประจำปีของหน่วยงานต่างๆ ทำให้ชื่อเสียงของมาบกราดโฮมสเตย์เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป นอกจากนี้ช่องทางหลักๆ ยังได้มีการเผยแพร่ผ่านทาง Website ชมรมตกปลา (www.siamfishing.com) ทำให้กลุ่มคนที่ชอบตกปลา รู้จักและเข้ามาพักในมาบกราดโฮมสเตย์มากขึ้น

5. ด้านอรรถศาสตร์ของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ได้มีการถ่ายทอดความรู้จากการตรวจมาตรฐานโฮมสเตย์แก่สมาชิกกลุ่มและชาวบ้านมีการแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวิถีชีวิตของเจ้าของบ้านผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นกันเอง ภายในบ้านที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและวัฒนธรรมและแนะนำกิจกรรมในการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมต่างๆ ภายในชุมชนและสถานที่ใกล้เคียง

6. ด้านกระบวนการ (Process)

6.1 ความปลอดภัย

มีการเตรียมยาสามัญประจำบ้าน และการดูแลรักษาพยาบาลเบื้องต้น อีกทั้งในด้านของความปลอดภัย มีการจัดเวรยาม เมื่อเกิดเหตุร้ายสามารถแจ้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้โดยตรง และขอความร่วมมือจากเจ้าบ้านที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักอาศัยให้ดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

6.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

รายการนำเที่ยวมีการกำหนดไว้ชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยว มีการวางแผนโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกันของชุมชนและกลุ่มโฮมสเตย์และมีการเผยแพร่ข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายสู่สาธารณะและนักท่องเที่ยวที่ชัดเจนโดยผ่านทางสื่อต่างๆ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วย

- 1) ล่องเรือ ล่องแพ ชมธรรมชาตินั่งเรือยาวชมทิวทัศน์รอบเขื่อน ล่องเรือตกปลา ตกปลา ยกปลา ดำน้ำยิงปลา เชิงกุ้ง และล่องแพ (เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ 1 ลำ ต่อ 20 - 40 คน)
- 2) ล่องแก่งวังเต่าเป็นอีกกิจกรรมหนึ่งของกลุ่มโฮมสเตย์บ้านมาบกราด ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก

3) เทศกาลยกยอในช่วงหนึ่งของปี เมื่อมีน้ำไหลมาจากด้านบนของแก่ง หรือมีฝนตกกระหน่ำติดต่อกันหลายวัน ปริมาณน้ำจำนวนมากไหลลงมาก็จะเป็นโอกาสที่ปลาจำนวนมาก ที่จะว่ายทวนกระแสน้ำ และก็เป็นโอกาสของชาวบ้าน ที่จะมาทำกิจกรรมเหมือนกันทุก ๆ ปี ทำการยกยอ จับปลา

4) ดำน้ำจับปลาเมื่อเข้าสู่ฤดูจับปลา หรือเทศกาลยกยอ เวลากลางคืนก็จะมีชาวบ้านอาศัยความมืดนี้ ดำน้ำจับปลาด้วยมือเปล่า

5) กิจกรรมเดินป่า เดินป่าศึกษาสมุนไพร (ชมผาจันทร์แดง) หรือปีนผาชมวิวของเขื่อน ลำแชะ พื้นที่ป่าอุทยานแห่งชาติทับลาน สัมผัสโอโซนบริสุทธิ์

6) น้ำบ่อหินเป็นบ่อน้ำที่เกิดจากการกรองผ่านหินใหญ่ สามารถดื่มได้ มีตลอดทั้งปี หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า "รูน้ำ"

6.3 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

จากการที่ผู้นำชุมชนมีโอกาสเข้าอบรมเกี่ยวกับโฮมสเตย์มาตรฐานไทย ซึ่งจัดโดยศูนย์การท่องเที่ยวเพื่อวิสาหกิจและนันทนาการ จังหวัดนครราชสีมา จึงได้นำแนวคิดและแนวทางปฏิบัติไปประชุมปรึกษาหารือกับแกนนำในชุมชน ดังนั้นเพื่อเป็นทางหนึ่งในกระบวนการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม จึงได้จัดตั้งโฮมสเตย์มาบกราดขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ ขยายโอกาสและยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชน โดยการบริหารจัดการเป็นการรวมกลุ่ม และเลือกตั้งคณะกรรมการในการดำเนินงาน โดยมีนายประกอบ สายกระโทกเป็นประธานกลุ่มนายณรงค์ ยืนกระโทก เป็นรองประธานกลุ่มและมีสมาชิกกลุ่ม ตามรูปภาพที่ 9

รูปภาพที่ 9 ทำเนียบบุคคลากรกลุ่มมาบราดโฮมสเตย์ อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครราชสีมา



ที่มา : marbkhrahomestay.site90.com

การบริหารจัดการของโฮมสเตย์ เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกกลุ่ม และชุมชน ซึ่งสมาชิกกลุ่มต้องมีความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีการของโฮมสเตย์ โดยมีข้อตกลงร่วมกันของกลุ่มมาบราดโฮมสเตย์

- 1) การเข้าพักของนักท่องเที่ยวสมาชิกโฮมสเตย์ จะต้องมาต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ทำการกลุ่มตามกำหนดนัดหมายโดยพร้อมเพียงกัน
- 2) การเข้าพักของนักท่องเที่ยวแต่ละบ้าน จะต้องผ่านการจัดการของกลุ่ม
- 3) ถ้ามีกิจกรรมร่วมกันจะใช้บริเวณที่ทำการกลุ่มเป็นสถานที่ดำเนินกิจกรรม

4) กรณีนักท่องเที่ยวมาพักไม่ครบทุกหลังคณะกรรมการจะจัดสรรให้ตามลำดับ และให้เวียนไปจนครบในโอกาสต่อไป

5) กรณีนักท่องเที่ยวมาพักเป็นหมู่คณะสามารถจัดสรรเฉลี่ยให้ครบทุกบ้าน โดยให้คณะกรรมการพิจารณาอย่างยุติธรรมโดยรวมแล้ว

6) กรณีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักโดยระบุบ้าน สามารถรับได้ แต่รับนักท่องเที่ยวที่เป็นหมู่คณะครั้งต่อไปจะถูกยกเว้น โดยคณะกรรมการจะพิจารณาจัดสรรในครั้งต่อไปให้ได้รับนักท่องเที่ยวจำนวนเฉลี่ยเท่ากับสมาชิกอื่น

7) โฮมสเตย์ แต่ละบ้านต้องช่วยกันรักษาทรัพย์สิน และสิ่งของมีค่าที่นักท่องเที่ยวนำติดตัวมา

8) โฮมสเตย์ แต่ละบ้านต้องสะอาดได้มาตรฐานและปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยวที่มาพัก

9) โฮมสเตย์ แต่ละบ้านต้องมีนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยวที่มาพัก

10) สมาชิกโฮมสเตย์ ห้ามดื่มสุรา หรือส่งเสียงดังรบกวนนักท่องเที่ยว

11) รายได้ของสมาชิกจะถูกหักกองกลาง จำนวน 10% ไม่ว่าจะรับนักท่องเที่ยวเป็นคณะหรือรายบุคคล

7. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)

เนื่องจากสถานที่ของโฮมสเตย์ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ เช่น แก่งวังเต่า เป็นแก่งที่มีขนาดใหญ่ และ 2 ข้างฝั่งของแก่ง เป็นป่าที่มีความอุดมสมบูรณ์มาก มีสีเขียวชอุ่ม ดูแล้วรู้สึกสดชื่น เหมาะแก่การพักผ่อนของกลุ่มคนที่ชื่นชอบธรรมชาติหมู่บ้านโฮมสเตย์ บริเวณโดยรอบของเขื่อนจะมีการทำเกษตรกรรมของชาวบ้าน อาทิ ปลูกมันสำปะหลัง ข้าวโพด

ชุมชนมีแหล่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่งธรรมชาติ คือ เขื่อนลำแชะเป็นสาขาหนึ่งของลำน้ำมูล มีต้นน้ำจากเทือกเขาสันกำแพงในเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน จากจุดเริ่มต้นจากน้ำสามสายที่เรียกกันว่า เขาสามง่าม

สายที่ 1 แหล่งกำเนิดแก่งน้ำโดน น้ำตกวังถ้ำ น้ำตกวังมะนาว ไหลสู่อ่างเก็บน้ำเขื่อนมูลบน หาดจอมทอง

สายที่ 2 ต้นน้ำลำปลายมาศ หาดชมตะวัน ไหลเข้าสู่อ่างเก็บน้ำลำปลายมาศ

สายที่ 3 ต้นน้ำลำเซะแหล่งกำเนิดวังเต่า วังไทร วังแปะ ชับเป็ด วังยาว วังไผ่ วังวน ไหลลงสู่อ่างเก็บน้ำเขื่อนลำเซะ ตั้งอยู่ในเขต อุทยานแห่งชาติทับลาน อยู่ในเขตอำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา ได้มีการพัฒนาบริเวณของเขื่อนเป็นแหล่งท่องเที่ยวทำเป็นหาดบริเวณท้ายเขื่อน เรียกว่า หาดจอมทอง เหมาะสำหรับเป็นที่พักผ่อน นั่งตากอากาศ ลงเล่นน้ำ ล่องแพ และขึ้นไปชมทิวทัศน์บนเขาจอมทอง

การศึกษารัศมีชาติของอุทยานป่าสงวน นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับ สัตว์ป่า เช่น ช้างป่า หมูควาย หมูป่า ไก่ป่า ชะนี นกเงือก นกนานาชนิด และพันธุ์ไม้นานาชนิด เช่น กระเช้าสีดา กล้วยไม้ป่า เป็นต้น รวมถึงผีเสื้อหลากสี ตามธรรมชาติ ที่อยู่ตาม ริมคลอง ตามป่า ของเขตป่าสงวน



4.2.2 ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

ข้อมูลส่วนนี้ได้จากสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของชุมชน เช่น ผู้จัดทำของที่ระลึก คณะกรรมการหมู่บ้าน

ตอนที่ 1 โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

1) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

1.1 ความเข้าใจที่ตลาดเคลื่อนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับโฮมสเตย์ ในปัจจุบัน จำนวนโฮมสเตย์ค่อนข้างมาก ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างโฮมสเตย์ด้วยกันเพิ่มมากขึ้นและการเพิ่มจำนวนของกลุ่มธุรกิจที่แพ็คเกจต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ททำให้เกิดการแข่งขันกับกลุ่มโฮมสเตย์ที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมชนบทจริงๆ โดยธุรกิจที่แพ็คเกจบางแห่งใช้ชื่อโฮมสเตย์แทนคำว่ารีสอร์ท หรือโรงแรมทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับค่านิยมหรือรูปแบบของโฮมสเตย์แก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงโฮมสเตย์ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งไม่พอใจกับความเป็นส่วนตัว สภาพของห้องพัก ห้องน้ำ อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

1.2 ลักษณะของบ้านพักขณะนี้จำนวน 34 หลัง ซึ่งเพียงพอแล้วกับความต้องการของนักท่องเที่ยว แต่ควรปรับในเรื่องของมาตรฐานที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว AEC คือจำเป็นต้องเป็นซั๊กโครก แต่สมาชิกไม่มีทุนเพียงพอในการพัฒนา

1.3 ลักษณะการจัดบ้านมีความเป็นสัดส่วนดีแล้ว แต่ที่พักที่นอนยังมีฝุ่นละอองบ้างเนื่องจากระยะเวลาในการให้บริการแต่ละครั้งค่อนข้างห่างกัน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นภูมิแพ้ เป็นต้น

2) ด้านราคา (Price)

2.1 ราคาห้องพักถึงแม้จะมีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของที่พักรูปแบบอื่นๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท อย่างไรก็ตามราคาค่าที่พักไม่สามารถปรับขึ้นได้โดยง่าย เนื่องจากบริเวณใกล้เคียงมีรีสอร์ทขนาดเล็กจำนวนมากที่ให้บริการไม่รวมราคาอาหารเช้าในราคาที่ใกล้เคียงกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย และเป็นส่วนตัวมากกว่า อีกทั้งไม่ต้องปฏิบัติตามกฎของโฮมสเตย์

2.2 ของที่ระลึกที่จัดทำเพื่อจำหน่ายให้แก่ผู้ที่มาพักโฮมสเตย์ และนักท่องเที่ยวยังคงขาดความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่อย่างแท้จริง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถหาชม และซื้อได้จากแหล่งอื่นเช่นกัน

2.3 นักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทย ส่วนใหญ่จะนำรถมาเอง เพื่อความสะดวกในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นรายรับจากการที่นำพาเที่ยวจึงไม่มีจำนวนมากนัก

2.4 ราคาอาหารอาจมีราคาแพง สำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มาเป็นหมู่คณะ และมีปริมาณจำกัด อีกทั้งบริเวณใกล้เคียงมีร้านอาหาร ซึ่งเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้นราคาคงกล่าวอาจทำให้ไม่ดึงดูดในสมาชิกรายใหม่ที่จะเข้ามาพักโฮมสเตย์

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

3.1 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่อนข้างจำกัด เนื่องจากการดำเนินงานของสมาชิกโฮมสเตย์เอง ซึ่งการให้บริการที่แก่นักท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริมนอกเหนือจากอาชีพหลักคือเกษตรกรรม ดังนั้นนักท่องเที่ยวต้องติดต่อมายังหัวหน้ากลุ่มโฮมสเตย์ตามเบอร์โทรศัพท์ที่ปรากฏในสื่อต่างๆโดยตรง เช่น ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โบราณคดี โรงเรียนบ้านธารปราสาท การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และเว็บไซต์ก็เป็นเพียงการฝากข้อมูล ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องติดต่อทางโทรศัพท์หรือเข้ามายังโฮมสเตย์เพื่อติดต่อเอง

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

4.1 จำนวนของนักท่องเที่ยวมีไม่สม่ำเสมอตลอดทั้งปี นักท่องเที่ยวมีปริมาณค่อนข้างน้อยในช่วงฤดูร้อน เนื่องจากสภาพอากาศที่ค่อนข้างร้อนไม่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว

4.2 ขาดความร่วมมืออย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น เป็นต้น ทำให้การเผยแพร่ข้อมูลยังไม่ครอบคลุมนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

4.3 งบประมาณในการจัดทำแผ่นพับเพื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มโฮมสเตย์มีค่อนข้างจำกัดไม่เพียงพอต่อความต้องการแจกให้กับหน่วยงาน เมื่อมีการจัดแสดงงานต่างๆ

4.4 กลุ่มมีการส่งเสริมการขาย เช่น ปรับราคาตามจำนวนนักท่องเที่ยวหรือฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้อย เช่น ฤดูร้อน ไม่ค่อยมีกิจกรรมให้ทำมากนัก แต่จำนวนนักท่องเที่ยวก็ยังไม่มาก

5) ด้านอัตลักษณ์มิติของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

5.1 นักท่องเที่ยวบางกลุ่มยังไม่เข้าใจและสับสนเกี่ยวกับการพักแบบโฮมสเตย์ ซึ่งต้องพักร่วมกับเจ้าของบ้าน เมื่อเกิดความไม่เป็นส่วนตัวจึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเกิดความไม่พึงพอใจในการพักโฮมสเตย์ ถึงแม้ว่าจะได้รับการอธิบายแก่นักท่องเที่ยวแล้วก็ตาม

6) ด้านกระบวนการ (Process)

6.1 เนื่องจากการดำเนินงานโดยกลุ่มโฮมสเตย์เอง บางครั้งสมาชิกในกลุ่มอาจเกิดความไม่พอใจเกี่ยวกับการจัดสรรจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าพัก นอกจากนี้ยังขาดบุคลากรในการให้ความรู้ใหม่ๆในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกของท้องถิ่น เพื่อให้มีความหลากหลาย เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และมีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่อยู่ให้น่าสนใจมากขึ้น

6.2 บุคลากรมีไม่เพียงพอต่อความต้องการในการดำเนินงานเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักเป็นหมู่คณะเป็นจำนวนมาก หรือในบางฤดูกาล เนื่องจากโฮมสเตย์เป็นอาชีพเสริมบางครั้งสมาชิกกลุ่มต้องออกไปประกอบอาชีพหลัก เกษตรกร เช่น ทำไร่ ทำนา ปลูกผัก เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงและตามไม่สามารถกำหนดกิจกรรมตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

7.1 สภาพโดยทั่วไปเป็นชนบท ทุ่งนา ลำน้ำ หมู่บ้าน ขึ้นอยู่กับฤดูกาล บางช่วงเขียวขจี บางช่วงแห้งแล้ง ดังนั้นฤดูกาลจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมเสริมต่างๆ ที่สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์จะจัดให้นักท่องเที่ยวได้

7.2 หมู่บ้าน สิ่งอำนวยความสะดวก ร้านค้า อาหาร ค่อนข้างจำกัดไกลจากตัวอำเภอ บางครั้งนักท่องเที่ยวอาจเกิดความไม่สะดวก เมื่อต้องการเครื่องอุปโภคบริโภคบางอย่างที่จำเป็น

7.3 สมาชิกโฮมสเตย์แต่ละหลังค่อนข้างไกลกัน และระหว่างทางของชุมชนไม่มีไฟฟ้าเพื่อความสว่างที่เพียงพอ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่สะดวก และอาจเกิดอันตรายในการเดินทางตอนกลางคืน จึงต้องมีการกำหนดเวลาให้นักท่องเที่ยวในการเข้าบ้านพักในเวลาที่กำหนด

ตอนที่ 2 โคมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

1) **ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)** ความมั่นใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินของโคมสเตย์เนื่องจากพื้นที่ตำบลไทยสามัคคีเป็นพื้นที่ติดเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งขณะนี้ผู้ประกอบการบางรายที่รุกล้ำเข้าไปและถูกสั่งให้ออกจากพื้นที่ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจว่าหากมาเที่ยวแล้วจะไม่มีที่พักหรือเบิกค่าใช้จ่ายจากต้นสังกัดไม่ได้ และไม่มีสถานที่ให้ทำกิจกรรมท่องเที่ยวทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวพักโคมสเตย์น้อยลง และไม่ดึงดูดใจสมาชิกรายใหม่ที่จะเข้าร่วมกลุ่มโคมสเตย์

2) **ด้านราคา (Price)** ราคาของการเข้าพักที่โคมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ค่อนข้างใกล้เคียงกับโคมสเตย์อื่นใกล้เคียง ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมค่อนข้างคล้ายคลึงกัน ดังนั้นการขึ้นราคาของค่าใช้จ่ายในการเข้าพักจึงทำได้ยาก ต้องรักษาระดับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้เท่ากับโคมสเตย์ใกล้เคียง

3) **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** ช่องทางในการติดต่อห้องพักค่อนข้างน้อย คือติดต่อผ่านทางโทรศัพท์ และติดต่อจองห้องพักได้ที่ประธานกลุ่มโคมสเตย์โดยตรง ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการจองห้องพัก หรือติดต่อสอบถามในกรณีเร่งด่วน เมื่อไม่สามารถติดต่อประธานกลุ่มได้

4) **ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโคมสเตย์ (Promotion)** การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น Social media เป็นต้น ยังไม่ครอบคลุมและไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการออกแบบและการนำเสนออาจจะยังไม่น่าสนใจมากนัก ทำให้โคมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ยังไม่เป็นที่รู้จักเท่ากับโคมสเตย์บ้านบุไทร ซึ่งเป็นโคมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานที่อยู่ใกล้ๆ กัน

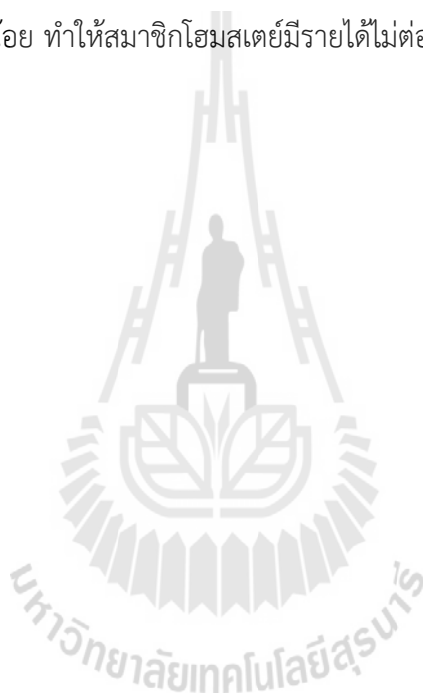
5) **ด้านอัยาศัยมิตรของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)** คนในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก เวลามีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักทำให้สมาชิกยังมีความตื่นเต้น ไม่พร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากต้องออกไปประกอบอาชีพหลัก เช่น ทำนา ทำไร่ นอกจากนี้ สมาชิกกลุ่มโคมสเตย์บางรายร่วมวงดื่มเหล้ากับนักท่องเที่ยวและเกิดการพูดจาเสียงดังและทะเลาะกัน

6) **ด้านกระบวนการ (Process)**

- ชาวบ้านยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการ และยังไม่มีการฝึกอบรม และการให้ความรู้ อย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอเกี่ยวกับแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนารูปแบบโคมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน บางครั้งการรับนักท่องเที่ยวที่มาพัก เป็นการรับนักท่องเที่ยวมาจากโคมสเตย์บ้านบุไทร หรือรีสอร์ทที่อยู่ใกล้เคียงอีกต่อหนึ่งที่ไม่สามารถให้บริการห้องพักกับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ

- นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของการเข้าพักโฮมสเตย์ โดยมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มออกจากที่พักหลังเวลา 19.00 น. ทำให้เจ้าของบ้านไม่สามารถดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

7) **ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)** แหล่งท่องเที่ยวมีความเสื่อมโทรม เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพักจำนวนมาก เนื่องจากการไม่รักษาความสะอาดของนักท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆของชุมชนแล้วมักจะทิ้งขยะตามทางเดินหรือตามแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทำให้สถานที่นั้นดูไม่สะอาด สวยงาม อีกทั้งฤดูกาลก็มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมมาพักมากในฤดูหนาว ส่วนฤดูอื่นๆ มีนักท่องเที่ยวน้อย ทำให้สมาชิกโฮมสเตย์มีรายได้ไม่ต่อเนื่อง



ตอนที่ 3 มาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอศรีนครราชสีมา

1) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความเข้าใจเกี่ยวกับโฮมสเตย์ แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจ เมื่อต้องเข้ามาพักร่วมกับเจ้าของบ้าน ถึงแม้จะมีการจัดที่พักให้เป็นสัดส่วนก็ตาม ทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มเมื่อได้มาพักจริง เกิดความไม่พอใจ และไม่สะดวกในการเข้าพักโฮมสเตย์ เนื่องจากคิดว่าโฮมสเตย์จะเหมือนกับโรงแรม หรือ รีสอร์ท ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก และความเป็นส่วนตัวแตกต่างกัน

- สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ห่างไกลกัน ทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นค่อนข้างนาน และเกิดความไม่สะดวกในการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งในเวลาจำกัด

- การปรับปรุง พัฒนา เกี่ยวกับบ้านพักโฮมสเตย์ต้องอาศัยงบประมาณและการลงทุนจากสมาชิก เช่น ที่พัก ห้องน้ำ ห้องอาหาร เป็นต้น จึงเป็นข้อจำกัดในการปรับปรุง หรือพัฒนาโฮมสเตย์

2) ด้านราคา (Price) การแข่งขันกันระหว่างโฮมสเตย์กับที่พักประเภทอื่นๆ เช่น รีสอร์ทขนาดเล็ก ที่มีราคาใกล้เคียงกัน แต่มีความสะดวกสบาย และมีความเป็นส่วนตัวมากกว่าโฮมสเตย์ ทำให้ไม่สามารถปรับเพิ่มราคาที่พักได้มากนัก

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักโฮมสเตย์มีค่อนข้างน้อย และช่องทางการติดต่อห้องพักค่อนข้างจำกัด เนื่องจากผู้ที่ต้องการเข้าพักต้องโทรศัพท์ติดต่อโดยตรงกับประธานกลุ่ม ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการติดต่อสอบถามเกี่ยวกับห้องพัก อีกทั้งที่ตั้งของโฮมสเตย์ไม่ได้ตั้งอยู่บนเส้นทางหลัก นักท่องเที่ยวต้องรู้จักและตั้งใจมาพักที่นั่นเท่านั้น

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

- นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการพักโฮมสเตย์ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการความสะดวกสบาย ความเป็นส่วนตัวในการพักอาศัยมากกว่าการให้ความสำคัญในการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น และส่วนใหญ่ให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการมาเที่ยวล่องแก่ง มากกว่าการมาศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นอยู่ และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมชนบท

- การประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ครอบคลุม และขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ทำให้คนรู้จักโฮมสเตย์มาบกราดค่อนข้างน้อย

5) **ด้านอรรถศาสตร์ไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)** มักคุเทศก์ หรือบุคลากรในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการนักท่องเที่ยวซึ่งมาเป็นหมู่คณะ ส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชน ต้องอาศัยความชำนาญในพื้นที่เนื่องจากสถานที่ส่วนใหญ่อยู่ในป่าอุทยาน

6) **ด้านกระบวนการ (Process)**

- เนื่องจากโฮมสเตย์ต้องมีการตรวจรับรองจากหน่วยงานกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาทุก 2-3 ปี ซึ่งทุกครัวเรือนต้องปรับปรุงห้องน้ำให้เป็นส้วมชักโครก ซึ่งทำให้สมาชิกต้องเตรียมเงินทุนเพื่อปรับปรุงห้องน้ำสำหรับบ้านพัก ทำให้บางบ้านพักอาจต้องถอนตัวจากสมาชิก

- ต้องใช้เงินทุนในการดูแลรักษาปรับปรุงห้องพัก เครื่องนอนให้สะอาด ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ปรับทัศนียภาพบริเวณบ้านให้สะอาด น่าอยู่ รมรื่น

- การประสานงานและดำเนินงานค่อนข้างลำบาก ซึ่งต้องอาศัยผู้นำที่มีความเข้มแข็งในการชักจูง ตักเตือน และความสามารถในการสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง

- การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนยังน้อย เนื่องจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่น้อยลง และขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ โดยหน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านอื่นๆ เช่น ถนน มากกว่าการพัฒนาโฮมสเตย์

- เกิดการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นการแปรสภาพจากโฮมสเตย์แบบชุมชน มาเป็นการท่องเที่ยวของเอกชน และการเข้ามามีส่วนร่วมของการเมืองมากขึ้น

7) **ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)**

- ลักษณะห้องพักของสมาชิกโฮมสเตย์แต่ละหลังมีความแตกต่างกัน ทั้งลักษณะของห้องพัก ห้องน้ำ เครื่องนอน สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณโดยรอบและด้านในของแต่ละบ้านเมื่อนักท่องเที่ยวมา บางรายมาอาจไม่พอใจที่พักของบางบ้าน และขอพักบ้านที่มีความสะดวกสบายมากกว่า ทำให้เกิดความยากลำบากในการบริหารหรือจัดการห้องพักให้แก่สมาชิก

- สถานที่ท่องเที่ยวเป็นธรรมชาติอยู่ในป่าอุทยานแต่ละแห่งอยู่ห่างไกลกัน ทำให้การใช้ระยะเวลาในการเดินทางจากที่แห่งหนึ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งค่อนข้างนาน บางสถานที่ต้องใช้การเดินเท้า บางสถานที่ต้องใช้การล่องแพ

4.2.3 ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการแก่ผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

1) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

- ผู้บริหารโฮมสเตย์ควรค่อยๆ เพิ่มจำนวนสมาชิกของโฮมสเตย์ให้มากขึ้น เพื่อให้เพียงพอ
กับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งบางครั้งมาพักอาศัยเป็นหมู่คณะจำนวนมาก การเพิ่มจำนวนสมาชิก
ทำให้โฮมสเตย์ได้รับความร่วมมือกับชุมชนอีกด้วย ทั้งนี้ควรหมั่นตรวจสอบสภาพของห้องพักและสิ่ง
อำนวยความสะดวกต่างๆ ให้สะอาด มีสภาพพร้อมต่อการใช้งาน ดูแลและปรับปรุงทัศนียภาพโดยรอบ
บ้านให้น่าอยู่และสวยงาม การประกอบอาหารที่ถูกสุขลักษณะ และมีการปรับปรุงห้องน้ำเพื่อให้ได้
มาตรฐาน เมื่อผู้บริหารโฮมสเตย์ไปอบรมความรู้เกี่ยวกับการปรับปรุงพัฒนาโฮมสเตย์ควรมีการถ่ายทอด
สิ่งที่ได้รับจากการอบรมให้แก่สมาชิก เพื่อให้สมาชิกมีความรู้และนำไปปฏิบัติให้ทันสมัย และได้มาตรฐาน

- กลุ่มโฮมสเตย์ควรร่วมมือกับเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือ
เอกชนในการฝึกหัดทำของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน

- กลุ่มโฮมสเตย์ควรช่วยกันทำนุบำรุงรักษาศิลปวัฒนธรรม รวมถึงประเพณีท้องถิ่นต่างๆ
เอาไว้ เพื่อให้คนรุ่นต่อไปและนักท่องเที่ยวได้เห็นวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง

2) ด้านราคา (Price) ด้านราคาและค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ากิจกรรม และ
ค่าของฝาก/ของที่ระลึก มีความเหมาะสม และค่อนข้างถูกมากเมื่อเทียบกับการเข้าพักที่รีสอร์ทหรือโรง
แรมต่างๆ ดังนั้นการปรับราคาเป็นสิ่งที่ต้องทำอย่างระมัดระวัง ควรอธิบายให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงความ
แตกต่างและสิ่งให้นักท่องเที่ยวจะได้รับการมาพักที่โฮมสเตย์ว่ามีความแตกต่างจากการเข้าพักที่โรงแรม
หรือรีสอร์ทอย่างไร

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การเดินทางเข้าสู่หมู่บ้านค่อนข้างลำบาก
เนื่องจากต้องเข้าไปจากเส้นทางหลัก นานๆ ครั้งจะมีรถรับส่งเข้ามายังหมู่บ้าน ควรมีการพัฒนาให้มีรถ
บริการรับส่งเข้ามายังหมู่บ้านที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวก
สะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว สถานที่ในการติดต่อเพื่อของเข้าพักต้องมีความชัดเจนและทำให้หลากหลาย
ช่องทางที่มีในปัจจุบัน เช่น เบอร์โทรศัพท์ติดต่ออาจต้องเพิ่มจำนวนให้มากขึ้น มีการจัดทำเว็บไซต์เป็น
ภาษาไทยและต่างประเทศ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างชาติได้

4) **ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)** ต้องอาศัยความร่วมมือในการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่จัดกิจกรรมในแต่ละจังหวัดอย่างต่อเนื่อง ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น รายการโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดทำขึ้นเอง การบอกต่อกันปากต่อปากของนักท่องเที่ยวที่เคยมาพัก การพัฒนาเว็บไซต์ให้มีข้อมูลทันสมัยตลอดเวลาและใช้ในการติดต่อกับนักท่องเที่ยว และมีอีเมลล์ของโฮมสเตย์เพื่อใช้ในการติดต่ออีกช่องทางหนึ่ง เพื่อให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทั้งปี อีกทั้งอาจจะต้องขอความร่วมมือจากองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเมื่อมีหน่วยงานต่างๆ ติดต่อมา

5) **ด้านอรรถาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)**

- สมาชิกโฮมสเตย์ให้การต้อนรับ และการสร้างความคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยวค่อนข้างดี แต่ควรมีการอบรมคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทั้งเรื่องวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ กิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยว ใกล้เคียง เพื่อพัฒนา และสามารถรองรับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

- ส่งเสริมการอบรมมัคคุเทศก์น้อย โดยร่วมมือกับโรงเรียนในท้องถิ่น

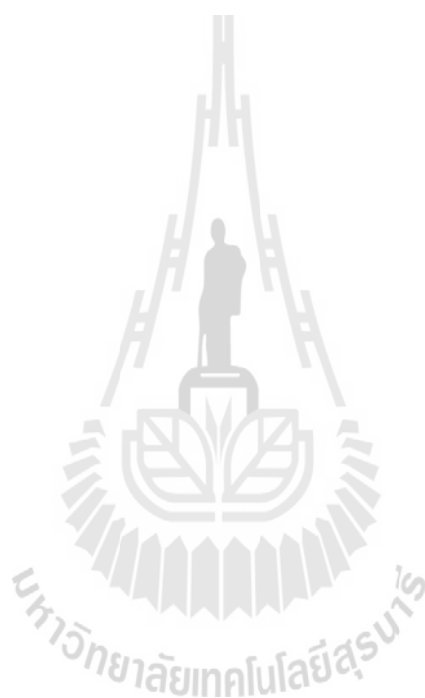
- เนื่องจากสมาชิกของกลุ่มโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานต่างๆ ภายในชุมชน การส่งเสริมให้มีการประชุมระหว่างชุมชน โรงเรียนและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาชุมชน หากิจกรรมใหม่ๆ ในการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวตลอดทั้งปี

- พัฒนาศักยภาพด้านภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ โดยการเข้ารับการอบรมหลักสูตรสั้นๆ เพื่อเพิ่มทักษะในการสื่อสาร

- กลุ่มโฮมสเตย์ควรมีการอบรมเกี่ยวกับการแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ใกล้เคียง

6) **ด้านกระบวนการ (Process)** เนื่องจากเป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐาน ดังนั้นจึงควรเป็นตัวอย่างและส่งเสริมให้โฮมสเตย์อื่นมาศึกษาดูงานถึงความสามารถการทำงานของโฮมสเตย์นี้ เช่น การพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้เกิดความรู้ในการบริหารโฮมสเตย์ การให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเข้าพัก การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบต่างๆ การดูแลความปลอดภัย และมี ความสามารถในการนำความรู้มาประยุกต์ให้เข้ากับทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น เพื่อที่จะได้นำไปพัฒนาโฮมสเตย์อื่นต่อไป

7) **ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)** การพัฒนาสภาพแวดล้อมภายในที่พักบริเวณรอบๆบ้านและชุมชนให้สะอาด เรียบร้อย พร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทุกหลัง อีกทั้งการดูแลความปลอดภัยในที่พัก เช่น การเพิ่มแสงสว่างของหมู่บ้าน และช่วยกันรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ มีการปรับปรุงทัศนียภาพ และสถานที่ที่พักผ่อนหย่อนใจบริเวณโดยรอบบ้านหรือสถานที่ส่วนรวม สถานที่ท่องเที่ยว หรือทำกิจกรรมต้องมีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งช่วยกันรักษาสภาพแวดล้อมในชุมชนให้คงความเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน



ตอนที่ 2 โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

1) **ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)** ควรส่งเสริมให้บ้านในชุมชนที่ยังไม่ได้เข้าร่วมกับโฮมสเตย์ พัฒนาเป็นโฮมสเตย์ เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นในฤดูหนาว

2) **ด้านราคา (Price)** ร่วมกันหากิจกรรมอื่นร่วมกับนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม หรือสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวและสร้างความแตกต่างระหว่างโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์กับโฮมสเตย์อื่นๆ ที่อยู่ใกล้เคียง นอกเหนือจากราคาที่พักกับราคาอาหารที่เป็นมาตรฐานแล้ว

3) **ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** นอกจากติดต่อกับกลุ่มโฮมสเตย์โดยตรง หรือผ่านทางโทรศัพท์ ควรพัฒนาช่องทางการติดต่อผ่านหน่วยงานอื่นๆ เช่น หน่วยงานภาครัฐ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานเอกชน เช่น บริษัทนำเที่ยว ผู้ประกอบการ เป็นต้น รวมถึงการจัดทำเว็บไซต์ของโฮมสเตย์ เพื่อใช้ในการติดต่อ หรือจองที่พักโฮมสเตย์ได้

4) **ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)** ควรมีการจัดทำข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ เอกสารเผยแพร่ หรือการร่วมเป็นวิทยากร แสดงสินค้าในงานนิทรรศการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น หน่วยงานควรเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์อย่างจริงจังและต่อเนื่อง

5) **ด้านอรรถาภัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)** การพัฒนาทั้งส่วนของการจัดการ โฮมสเตย์ความสามารถในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย และจำนวนบุคลากรให้เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการอบรมให้แก่สมาชิกโฮมสเตย์ในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เช่น การมี Service Mind การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถทำได้ขณะเข้าพัก

6) **ด้านกระบวนการ (Process)** การนำอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาให้เป็นเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์ และผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก เพื่อใช้ในการดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ให้มีความแตกต่างจากโฮมสเตย์อื่นๆ

7) **ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)** ควรมีการปรับปรุงทัศนียภาพโดยรอบตัวบ้านให้สะอาด เหมาะกับการพักผ่อน เนื่องจากโฮมสเตย์ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติ สิ่งแวดล้อมมีความเป็นธรรมชาติ ดังนั้นจึงควรมีส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และคิดรูปแบบของกิจกรรมที่รักษาป่า ไม่ทำลายธรรมชาติ ศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชน และบริเวณใกล้เคียง

ตอนที่ 3 มาบกราดโฮมสเตย์ อำเภอครบุรี จังหวัดนครราชสีมา

1) ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

- ควรมีการปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น การขยายถนนให้มีความสะดวกมากขึ้นในการเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว ที่เพิ่มขึ้นในบางฤดูกาล และควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดความเรียบร้อย และสะดวกแก่การเดินทางของท่องเที่ยว เนื่องจากเส้นทางในการเดินทางมาไม่ได้อยู่บนเส้นทางหลัก

- การพัฒนาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวภายในโฮมสเตย์ให้เพียงพอ เช่น สถานที่พักผ่อน นั่งเล่น สถานที่ทำกิจกรรมร่วมกันของคนในชุมชนเมื่อต้องมาเป็นหมู่คณะจำนวนมาก เป็นต้น

- สมาชิกในชุมชนช่วยกันรักษามาตรฐานของบ้านพักโฮมสเตย์แต่ละหลังให้สอดคล้องกับดัชนีตัวชี้วัดต่างๆ เพื่อสามารถรองรับนักท่องเที่ยวให้เป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานต่อไป

- พัฒนาการทำของฝากและของที่ระลึกที่สามารถสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น

2) ด้านราคา (Price) การปรับราคาต้องมีการพิจารณาถึงคู่แข่งที่เป็นที่พักที่อยู่ใกล้ๆ กัน

หรืออาจมีการเพิ่มราคาในการเข้าพัก โดยคิดราคาเป็นแบบเหมาจ่าย เช่น ค่าที่พัก อาหาร และรวมค่ากิจกรรมต่างๆ ที่มีบริการเสริมเพื่อให้แตกต่างจากที่พักอื่นๆ เป็นต้น

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ควรเพิ่มช่องทางในการติดต่อ เช่น การเพิ่ม

จำนวนเบอร์โทรศัพท์เพื่อความสะดวกในการติดต่อมากขึ้น การติดต่อผ่านทางหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เว็บไซต์ บล็อกต่างๆ และจัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อให้บริการข้อมูล และกิจกรรมต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งมีการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานต่างๆ เช่น ปรับปรุงถนน ป้ายบอกทาง และสภาพแวดล้อมภายในชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion) ควรเพิ่ม

การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น และต่อเนื่อง เช่น เว็บไซต์ บล็อก ใบบลิว สื่อวิทยุชุมชน เป็นต้น และการที่สมาชิกโฮมสเตย์เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของจังหวัดเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาพักผ่อนได้ตลอดทั้งปี

5) ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

- ควรส่งเสริมให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรมเพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และช่วยกันรักษาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน

- ควรสร้างชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ถ้าผู้นำไม่เข้มแข็งในการชักจูง ตักเตือน อาจส่งผลกระทบต่อการจัดการโฮมสเตย์ให้ประสบความสำเร็จ เนื่องจากชุมชนต้องลงทุนเองในเรื่องของที่พักร้านอาหาร ห้องครัว สถานที่รับประทานอาหาร หน่วยงานต่างๆ เพียงเข้าไปสนับสนุนด้านวิชาการ เช่น การต้อนรับนักท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดทำของที่ระลึก

- การจัดกิจกรรมส่งเสริมให้เยาวชนหรือคนรุ่นใหม่ในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการโฮมสเตย์ เพื่อให้เยาวชนเห็นคุณค่าความสำคัญของวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ในชุมชนตนเอง และเป็นการเพิ่มรายได้

6) ด้านกระบวนการ (Process)

- พยายามหาการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงอื่นๆ ที่ไม่ไกลจากชุมชนมากนักและสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก เช่น การตกปลา การล่องแพ การเดินป่า การประกอบอาชีพต่างๆ ของคนในชุมชน

- ควรมีกิจกรรมที่สามารถทำได้เมื่อเข้ามาพักที่บ้านพัก เพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว

- ชุมชนควรรักษาอัตลักษณ์/เอกลักษณ์ที่ดีของชุมชนไว้ ไม่ควรปรับเปลี่ยนตามนักท่องเที่ยวในเมืองสู่ชุมชน (โดยใช้ทรัพยากรของท้องถิ่น)

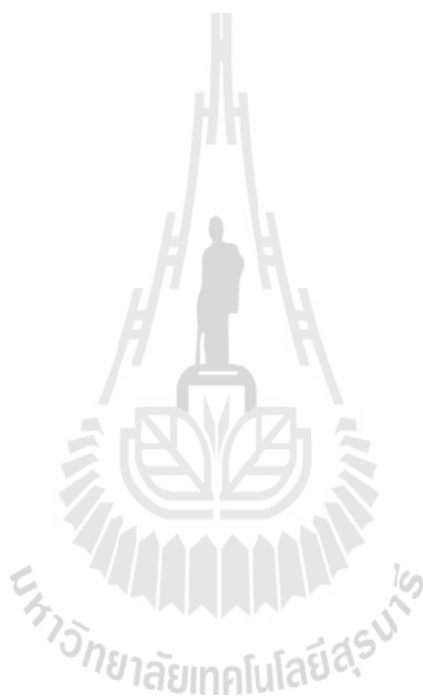
- การช่วยเหลือในด้านทุนในการสนับสนุนหมู่บ้านโฮมสเตย์แบบยั่งยืนจากหน่วยงานราชการ เช่น กรมการท่องเที่ยวควรมีอย่างต่อเนื่องโดยเขียนโครงการเสนอเกี่ยวกับเช่น สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมนันทนาการเพื่อส่วนรวม เป็นต้น

- โฮมสเตย์ควรรักษามาตรฐานของการบริหารจัดการโฮมสเตย์ เพื่อเป็นตัวอย่างให้แก่โฮมสเตย์อื่นเข้ามาศึกษาดูงาน และพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

- การดูแลรักษา และร่วมกันพัฒนาภายในบ้านพัก บริเวณบ้านพักให้มีความเป็นมาตรฐานของที่พักรโฮมสเตย์ทุกหลัง เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเกิดข้อเปรียบเทียบมากนักระหว่างเข้าพัก

- สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งอยู่ห่างไกลกัน ดังนั้นควรหากิจกรรม หรือพูดคุยกับนักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทาง เกี่ยวกับวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น การดำเนินชีวิต กิจกรรมที่น่าสนใจ เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเบื่อกับการเดินทาง และเพิ่มความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา มีประเด็นสำคัญในการนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

5.2 สรุปผล

การวิจัยการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมาสามารถสรุปผลการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยสรุปสาระสำคัญได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

1.1 การจัดการด้านที่พักของโฮมสเตย์

โฮมสเตย์แต่ละหลังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลังละตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปแต่ไม่เกิน 10 คนขึ้นอยู่กับขนาดและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบ้านพัก ทั้งหมดเป็นบ้านของเจ้าของบ้านมีการ

แบ่งปันห้องและที่นอนอย่างเป็นสัดส่วน และได้มีการแจ้งข้อปฏิบัติระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้เข้าพักอย่างชัดเจน โดยคณะกรรมการโฮมสเตย์มีการตั้งกฎการหมุนเวียนนักท่องเที่ยวในการเข้าพักบ้านพักให้นักท่องเที่ยวเอง ตามความเหมาะสมของปริมาณนักท่องเที่ยวกับบ้านที่รองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้มีการหมุนเวียนของนักท่องเที่ยวผู้เข้าพักและแบ่งรายได้กันในหมู่บ้านอย่างยุติธรรม เพื่อทำให้เกิดการกระจายรายได้ให้กับชาวบ้านในกลุ่มต่างๆ กัน โดยเจ้าบ้านมีการจัดเตรียมที่นอนและอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ส่วนห้องอาบน้ำและห้องส้วมมีความสะอาด มิดชิดปลอดภัย มีการดูแลบริเวณรอบบ้านให้มีความสะอาดอยู่เสมอ และได้รับการทำความสะอาดทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนนักท่องเที่ยวและเปลี่ยนเครื่องนอนตามความเหมาะสมในกรณีที่นักท่องเที่ยวพักหลายวัน

1.2 ด้านอาหารและโภชนาการ

วัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหารให้นักท่องเที่ยวรับประทานนั้นผลิตโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก เช่น จำพวกพืชผักต่างๆ ที่ปลูกในชุมชน ปลาจากลำน้ำหรือเขื่อน มีของป่าต่างๆ จากป่าอุทยานและวัตถุดิบหายาก ซึ่งมาจากนอกท้องถิ่น และมีการปรุงอาหารอย่างถูกสุขอนามัยผ่านการปรุงสุกใหม่ ประเภทของอาหารส่วนใหญ่จะเป็นอาหารท้องถิ่นของกลุ่มโฮมสเตย์ สมาชิกโฮมสเตย์ของบ้านพักแต่ละหลังมีการดูแลรักษาภาชนะที่นำมาประกอบอาหารให้มีความสะอาดตลอดเวลา รวมถึงมีการเตรียมน้ำดื่มที่สะอาดเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในส่วนของบริเวณในการประกอบอาหารมีการเก็บกวาดทำความสะอาดทุกครั้งหลังจากประกอบอาหารเสร็จ เพื่อให้เกิดสุขอนามัยที่ดี

1.3 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์

ในบางชุมชนอาจมีหน่วยงานของภาครัฐเข้าไปช่วยเหลือในการจัดวิทยากรมาฝึกอาชีพเสริม เช่น กลุ่มผลิตหัตถกรรมโดยใช้วัสดุจากเสื่อกก กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน กลุ่มทอผ้า กลุ่มที่ใช้ดินเผาเป็นวัสดุให้กับชาวบ้านตลอดจนการพัฒนาารูปแบบ และคุณภาพของสินค้าของที่ระลึก/ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ด้วยการนำวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์ เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่นำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวมีทั้งเป็นของบริโภค สิ่งประดิษฐ์ เสื้อผ้า สิ่งทอ ของที่ระลึก โดยใช้วัสดุและวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก

2. ด้านราคา/ค่าใช้จ่าย (Price)

2.1 ค่าที่พัก

โฮมสเตย์บางแห่งต้องมีการชำระเงินมัดจำในการพักอาศัย การเข้าพักเป็นหมู่คณะจำนวนมาก เพื่อให้กลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์มีทุนไปเตรียมอาหารก่อนเข้าพัก หรือบางแห่งสามารถชำระ

ค่าใช้จ่ายในวันที่เดินทางกลับเพื่อให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยอัตราการจ่ายค่าที่พักรวมค่าอาหาร 2 มื้อ (มื้อเช้าและมื้อเย็น) ของชาวไทย เฉลี่ยคนละ 300-400 บาทต่อคน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติ คนละประมาณ 400 บาทต่อคน รวมอาหาร 2 มื้อเช่นกัน ส่วนค่าที่พักโฮมสเตย์ที่ไม่รวมค่าอาหารประมาณ 100-200 บาท/คน/วัน

2.2 ค่าอาหาร

นักท่องเที่ยวชาวไทยค่าอาหารคนละ 50-100 บาทต่อ 1 มื้อ ส่วนชาวต่างชาติ ค่าอาหารคนละ 200 บาทต่อ 1 มื้อ ซึ่งราคาอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม และรายการอาหารที่นักท่องเที่ยวเลือกรับประทาน ทั้งนี้ราคาของค่าอาหารอาจมีการปรับให้เหมาะสมขึ้นอยู่กับประเภทของอาหาร จำนวนมื้อและจำนวนผู้เข้าพักเป็นหลัก

2.3 ค่ากิจกรรม

ค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละโฮมสเตย์มีความแตกต่างกัน เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ และภูมิประเทศของแต่ละโฮมสเตย์ยกตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นโฮมสเตย์ที่เน้นวัฒนธรรมจะมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการแสดง เช่น ค่าบริการนำชม วงมโหรี พิธีบายศรี ค่าการแสดงนาฏศิลป์ของเด็กและเยาวชน ถ้าเป็นโฮมสเตย์ที่เชิงนิเวศจะมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ เช่น นั่งเรือยาวหรือแพชมทิวทัศน์รอบเขื่อน ล่องเรือตกปลา เดินป่าศึกษาพืชสมุนไพร ปั่นจักรยานรอบหมู่บ้าน ศึกษาธรรมชาติ เดินป่าดงดิบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีบริการรถอีแต่น รถแต๊ก นำเที่ยวคนละ 500 บาท บรรทุกได้ประมาณ 10-15 คน เพื่อใช้เดินทางในการไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงของโฮมสเตย์ทั้งนี้ค่ากิจกรรมต่างๆ สามารถปรับได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

2.4 ค่าของฝาก/ของที่ระลึก

ของที่ระลึกของแต่ละโฮมสเตย์ขึ้นอยู่กับประเภทของโฮมสเตย์เป็นแบบใด วิธีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนที่โฮมสเตย์ตั้งอยู่ ซึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของแต่ละโฮมสเตย์ที่โดดเด่นและแตกต่างกัน เช่นถ้าเป็นโฮมสเตย์เชิงวัฒนธรรม ของฝากและของที่ระลึกส่วนใหญ่จะเป็นงานหัตถกรรมจากทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น ต้นกกแปรรูปต่างๆ ภาชนะดินเผา หม้อปากแตร โดยนักท่องเที่ยวสามารถลงมือทำร่วมกับชาวบ้านได้ หรือโฮมสเตย์เชิงวัฒนธรรมจะมีการนำของสดจากท้องถิ่นมาเป็นของฝาก เช่น ดอกไม้ เห็ด ผลไม้ ผักต่างๆ เป็นต้น เนื่องจากชุมชนในพื้นที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำไร่ทำสวน ทำไร่ข้าวโพด ปลูกแตงกวาทำไร่พริก ทำผักปลอดสารพิษ ทำเห็ดหอม ปลูกดอกเบญจมาศ ทำสวนผลไม้ เป็นต้น

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการติดต่อของห้องพักหรือกิจกรรมต่างๆ ได้ที่หัวหน้ากลุ่มโฮมสเตย์ หรือบุคลากรที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้ากลุ่มโดยนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปจองห้องพักได้โดยตรงที่โฮมสเตย์ หรือ การติดต่อสอบถามและจองห้องพักผ่านทางโทรศัพท์ของสมาชิกกลุ่มที่มีหน้าที่รับผิดชอบส่วนอีกช่องทางหนึ่งที่มาเป็นหมู่คณะมักได้รับการติดต่อผ่านมาทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ องค์การบริการส่วนท้องถิ่น หรือหน่วยงานราชการ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

โฮมสเตย์ได้รับการรับรองมาตรฐานจะได้รับการเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ข้อมูลทั่วไป ค่าใช้จ่าย กิจกรรมการท่องเที่ยว แผนที่การเดินทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว และสถานที่ติดต่ออย่างละเอียด เพื่อให้นักท่องเที่ยวศึกษาข้อมูลในการท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง และหน่วยงานต่างๆ เข้ามาทำสารคดีเพื่อเผยแพร่ ในส่วนของโฮมสเตย์มีการจัดทำนามบัตร แจกแผ่นพับตามสถานที่ต่างๆ และขอความร่วมมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานต่างๆ ใกล้เคียง เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านการบอกปากต่อปาก และเว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน อีกทั้งยังมีการแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของกลุ่มโฮมสเตย์ ในงานประจำปีของหน่วยงานต่างๆอย่างต่อเนื่อง

5. ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

สมาชิกในกลุ่มโฮมสเตย์จะได้รับการอบรม โดยหัวหน้ากลุ่มโฮมสเตย์ให้รู้จักการแสดงออกเพื่ออัยาศัยไมตรีจิตกับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้หัวหน้ากลุ่มอาจได้เข้าร่วมรับการอบรมถึงการแสดงความเป็นเจ้าบ้านที่ดีจากหน่วยงานต่างๆ ที่เข้าอบรม โฮมสเตย์แต่ละแห่งมีการต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคยให้แก่นักท่องเที่ยวแตกต่างกันไป เช่น โฮมสเตย์บ้านปราสาทมีการมอบพวงมาลัยเพื่อแสดงการต้อนรับ และการสร้างความคุ้นเคยระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน เนื่องจากชาวบ้านยังมีความเป็นชาวบ้านชุมชน จึงสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวให้รู้จักและเรียนรู้วิถีชีวิตของเจ้าของบ้านผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบ้านได้ดี มีการสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของตนเอง

6. ด้านกระบวนการ (Process)

6.1 ความปลอดภัย

การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีแนวทางปฏิบัติเพื่อการช่วยเหลือเบื้องต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดเจ็บป่วย หรือได้รับอุบัติเหตุ และยาสามัญประจำบ้านทุกบ้าน และมีการจัดระบบดูแลความปลอดภัย มีการจัดการประชุมเพื่อขอความร่วมมือในการดูแลรักษาความสงบ ความปลอดภัยเพื่อมอบหมายการเฝ้าเวรยามของโฮมสเตย์ และมอบหมายให้เจ้าของบ้านที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักเป็นผู้ดูแลความเรียบร้อยให้นักท่องเที่ยว เนื่องจากใกล้ชิดและสะดวกในการดูแลความปลอดภัย เช่น นักท่องเที่ยวต้องมีการแจ้งเจ้าบ้านถ้าออกจากบ้านในเวลากลางคืน เป็นต้น นอกจากนี้เจ้าบ้านจะมีหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีตำรวจบ้านในการรักษาความปลอดภัย และมีการแจ้งไปที่หน่วยงานตำรวจชุมชน เพื่อขอกำลังเสริมเมื่อมีปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดใหญ่

6.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

กิจกรรมการท่องเที่ยวมีการวางแผนร่วมกันระหว่างคณะกรรมการและชุมชนเกี่ยวกับโปรแกรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยมีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจน โดยจัดทำเป็นโบชัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวและกิจกรรมร่วมกันระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของชุมชนที่ผ่านการยอมรับจากชุมชน และมีการเผยแพร่ข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายสู่สาธารณะโดยผ่านทางสื่อต่างๆ ให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน เช่น กิจกรรมตกปลา ดูหิ่งห้อยในช่วงกลางคืน เดินป่า ศึกษาศรัทธา เล่นน้ำตก ขึ้นรถอีแต่น ชมธรรมชาติ เที่ยวชมบ้านพักโฮมสเตย์ ชมการปลูกป่าในชุมชน เป็นต้น โดยมีมีคหุเทศน์ท้องถิ่นในการนำเที่ยว เช่น เจ้าของบ้าน ปราชญ์ท่องเที่ยว ผู้นำที่ได้รับมอบหมาย และนักเรียนที่ได้รับการฝึกหัดเป็นผู้นำเที่ยวประมาณ 5-6 ท่าน เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากร สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ค่านิยมภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยว โดยไม่มีการคิดค่าใช้จ่ายในการนำเที่ยว แล้วแต่สินน้ำใจของนักท่องเที่ยวที่จะมอบให้

6.3 ด้านวัฒนธรรม

รูปแบบของโฮมสเตย์ที่ใช้ในการพักอาศัยของนักท่องเที่ยวยังคงเป็นบ้านของชาวบ้านที่มีการอาศัยอยู่ในปัจจุบัน เพื่อแสดงถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีความร่วมมือระหว่างชุมชนและโรงเรียนที่มีการจัดให้มีการแสดงของเด็กและเยาวชน เพื่ออนุรักษ์ และถ่ายทอดวัฒนธรรม ศิลปะ

และการละเล่นพื้นบ้าน อีกทั้งยังมีการดำเนินวิถีชีวิตที่เป็นปกติ เช่น การเลี้ยงไหมของชาวบ้าน การทำไร่นา การปลูกผักสวนครัว หรือการเดินทางโดยใช้รถอีแต่น การจัดงานประเพณีต่างๆ เป็นต้น

6.4 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

การจัดตั้งกลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ โดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นที่ปรึกษาการดำเนินการเป็นกลุ่มใช้เงินทุนของกลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์เอง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์ และการตลาด และหน่วยงานต่างๆ เช่น มหาวิทยาลัย สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค 6 พัฒนาชุมชน ส่งวิทยากรมาช่วยในการฝึกทำหัตถกรรมต่างๆ คนในชุมชน และมีการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มโฮมสเตย์ระยะเวลา 2 ปี โดยคณะกรรมการทุกคนมีความรู้ความเข้าใจในขั้นตอนการดำเนินงาน กฎระเบียบ และข้อบังคับต่างๆ โดยส่วนใหญ่บุคคลที่ได้รับจากการเลือกตั้งจะเป็นคณะกรรมการกลุ่มที่เคยมีประสบการณ์ในการทำงานมาแล้ว และมีการจัดประชุมอย่างต่อเนื่องก่อนจะรับ และมีการจัดสรรเงินรายได้ส่วนหนึ่งเข้าส่วนกลางของชุมชนเพื่อสาธารณประโยชน์ของชุมชน นอกจากนี้ยังมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ เปิดโอกาสให้ชุมชนในท้องถิ่นได้เข้าร่วมในการจัดการ และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การหมุนเวียนการให้บริการของแต่ละหลังคาเรือนเพื่อให้ทุกคนมีรายได้ เป็นต้น และมีการระบุค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบันไว้ในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยว

7. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)

โฮมสเตย์มีการปลูกฝังคนในชุมชนให้มีการดูแลสร้างจิตสำนึกในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพที่คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และความเป็นอยู่ของคนในชุมชน รวมถึงสภาพแวดล้อมภายในชุมชนให้มากที่สุด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น โครงกระดูก แหล่งน้ำตามธรรมชาติ ป่าไม้ ต้นน้ำ ลำธาร สภาพอากาศที่บริสุทธิ์ เป็นต้น และนอกจากนี้ยังมีการรักษาทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนโดยการปลูกข้าวไว้บริโภคและไว้ขาย ปลูกพืชผักสวนครัว หาปลาในลำธารปราสาท เพื่อบริโภคเองในครัวเรือนและขาย และเลี้ยงไก่บ้าน ช่วยกันปลูกป่าชุมชน ช่วยกันดูแลรักษาอ่างเก็บน้ำให้เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว การใช้รถอีแต่นในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

1.1 การเพิ่มขึ้นของโฮมสเตย์ในปัจจุบันค่อนข้างมาก ทำให้เกิดการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นทั้งประเภทห้องพักและราคา ระหว่างโฮมสเตย์ด้วยกัน และโฮมสเตย์กับธุรกิจที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท ส่งผลให้โฮมสเตย์ต่างๆ ต้องอาศัยงบประมาณและการลงทุนจากชาวบ้านในชุมชนในการปรับปรุง พัฒนาเกี่ยวกับโฮมสเตย์ต้อง เช่น ที่พัก ห้องน้ำ ห้องอาหาร สภาพแวดล้อมภายในบ้าน สถานที่จัดกิจกรรม เป็นต้น

1.2 นักท่องเที่ยวส่วนมากยังมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการพักโฮมสเตย์ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการความสะดวกสบาย ความเป็นส่วนตัวในการพักอาศัยมากกว่าการให้ความสำคัญในการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น

1.3 สมาชิกโฮมสเตย์แต่ละหลังมีลักษณะการจัดบ้านที่สะอาด สะดวก เรียบร้อยเหมือนกันแต่ยังมีมาตรฐานที่ไม่เท่ากันทุกหลังหรือเวลาที่ไม่มียกนักท่องเที่ยวเข้าพักนานทำให้ที่พักที่นอนยังมีฝุ่นละอองบ้าง ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นภูมิแพ้ เป็นต้น

1.4 ในปัจจุบันผู้ประกอบการเอกชนให้ความสนใจ และเข้ามามีบทบาทในการทำโฮมสเตย์มากขึ้น อาจมีปัญหาในการถือครองกรรมสิทธิ์ที่ดินของโฮมสเตย์ในบางแห่ง เช่น อำเภอลำทะเมนชัย เนื่องจากเป็นพื้นที่ติดเขตอุทยานแห่งชาติทับลาน และอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่ง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจว่าหากมาเที่ยวแล้วจะไม่มีที่พัก และไม่มีสถานที่ให้ท่องเที่ยว ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพักโฮมสเตย์น้อยลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา

2. ด้านราคา (Price)

2.1 ราคาห้องพักถึงจะค่อนข้างถูกเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของที่พักรูปแบบอื่นๆ อย่างไรก็ตามราคาที่พักสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ไม่สามารถปรับขึ้นได้โดยง่าย เนื่องจากบริเวณใกล้เคียงมีรีสอร์ทขนาดเล็กจำนวนมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีความสะดวกสบาย และเป็นส่วนตัวมากกว่า

2.2 การแข่งขันกันเองระหว่างโฮมสเตย์ใกล้เคียง ทั้งเรื่องราคาและกิจกรรมที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นการขึ้นราคาของค่าใช้จ่ายในการเข้าพักจึงทำได้ยาก ต้องรักษาระดับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้เท่ากับโฮมสเตย์ใกล้เคียง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

3.1 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่อนข้างจำกัด เนื่องจากการดำเนินงานของสมาชิกโฮมสเตย์เอง ดังนั้นนักท่องเที่ยวต้องติดต่อมายังหัวหน้ากลุ่มโฮมสเตย์ตามเบอร์โทรศัพท์ที่ปรากฏในสื่อต่างๆโดยตรงและเว็บไซต์ก็เป็นเพียงการฝากข้อมูล ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องติดต่อทางโทรศัพท์หรือเข้ามายังประธานกลุ่ม โฮมสเตย์เอง ซึ่งบางครั้งไม่สามารถติดต่อได้

3.2 การเดินทางเข้าสู่หมู่บ้านโฮมสเตย์ค่อนข้างลำบาก เนื่องจากอยู่ไกลตัวอำเภอและไม่มีรถรับส่งเข้ามายังหมู่บ้านทำให้เกิดความไม่สะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถมาเอง นอกจากนี้ยังต้องมีการพัฒนาสาธารณูปโภคอื่นๆ เช่น ป้ายบอกทางที่ไม่ชัดเจน ป้ายแผนที่แนะนำแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียง เป็นต้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

4.1 โฮมสเตย์บางแห่งสภาพอากาศ และสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสมในการรองรับนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เช่น ฤดูร้อนมีอากาศที่ร้อนมาก แหล่งท่องเที่ยวประเภทแหล่งน้ำแห้งแล้ง เป็นต้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเที่ยวแห่งอื่น ทำให้สมาชิกในชุมชนขาดรายได้อย่างต่อเนื่อง

4.2 การประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น Website Social media เช่น Facebook Twitter เป็นต้น ยังไม่ครอบคลุมและไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการออกแบบและการนำเสนอเนื้อหา ข้อความอาจจะยังไม่น่าสนใจมากนัก ทำให้การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่พัก และกิจกรรมค่อนข้างน้อยและไม่น่าสนใจ

4.3 การขาดการสื่อสารที่ถูกต้องทำให้นักท่องเที่ยวยังมีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการพัก โฮมสเตย์ โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการความสะดวกสบาย ความเป็นส่วนตัวในการพักอาศัยมากกว่าการให้ความสำคัญในการเรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นอยู่ และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

5. ด้านอัยาศัยมิตรของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

5.1 คนในชุมชนบางส่วนมีไม่เพียงพอต่อความต้องการในการดำเนินงานเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักเป็นหมู่คณะเป็นจำนวนมาก หรือในบางฤดูกาล เนื่องจากโฮมสเตย์เป็นอาชีพเสริมบางครั้งสมาชิกกลุ่มต้องออกไปประกอบอาชีพหลัก ทำให้ไม่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงและตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

5.2 คนในชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก เช่น ทำไร่ ทำนา และไม่ได้มีการต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทั้งปี เวลามีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักทำให้สมาชิกยังมีความตื่นเต้น และบางครั้งไม่พร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

5.3 มัคคุเทศก์ หรือบุคลากรในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนภาษาที่ใช้ในการสื่อสารจึงไม่ค่อยชัดเจนมากนัก บางครั้งนักท่องเที่ยวเป็นชาวต่างชาติอาจทำให้เกิดอุปสรรคในการสื่อสารระหว่างกัน

6. ด้านกระบวนการ (Process)

6.1 คนในชุมชนบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการ และยังไม่มีมีการฝึกอบรมและการให้ความรู้ อย่างต่อเนื่องต่อสมาชิกเกี่ยวกับแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนารูปแบบโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จึงทำให้มีผู้สมัครเป็นสมาชิกโฮมสเตย์ยังน้อยอยู่

6.2 สมาชิกโฮมสเตย์กับชาวบ้านในชุมชนขาดความรู้และความเข้าใจในการดำเนินงาน รวมถึงความสามารถในการพัฒนาของที่ระลึก จากวัสดุท้องถิ่น และของฝากให้มีความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งบางแห่งมีนักท่องเที่ยวมาเรื่อยๆ ครั้ง ทำให้ขายผลิตภัณฑ์ของฝากไม่ได้ ส่งผลให้ขาดเงินหมุนเวียน

6.3 การสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนยังน้อย เนื่องจากขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวน้อยลง

6.4 หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญในการพัฒนาด้านอื่นๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐานของชุมชนมากกว่าการพัฒนาโฮมสเตย์ ทำให้มีงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโฮมสเตย์ไม่เพียงพอต่อความต้องการทำให้การปรับปรุง พัฒนา เกี่ยวกับโฮมสเตย์ต้องอาศัยงบประมาณและการลงทุนจากสมาชิกโฮมสเตย์และชาวบ้านเอง เช่น ที่พัก ห้องน้ำ ห้องอาหาร เป็นต้น

6.5 นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบของการเข้าพักโฮมสเตย์ เช่น การอยู่นอกบ้าน หลังเวลาที่กำหนด การดื่มสุราของมีนเมา การเล่นการพนัน ทำให้เจ้าบ้านไม่สามารถควบคุมและดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

7.1 หมู่บ้าน สิ่งอำนวยความสะดวก ร้านค้า อาหาร ค่อนข้างจำกัดไกลจากตัวอำเภอทำให้เกิดความไม่สะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวเมื่อต้องการของอุปโภค บริโภคอย่างเร่งด่วน

7.2 ที่พักค่อนข้างไกลกัน และระหว่างทางของชุมชนไม่มีไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่างที่เพียงพอ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่สะดวกในการเดินทางตอนกลางคืน อาจเกิดอันตรายจากการหกล้ม หรือได้รับบาดเจ็บจากสัตว์มีพิษ

7.3 สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งค่อนข้างไกลกัน ทำให้ใช้เวลาในการเดินทางค่อนข้างนาน บางฤดูกาลมีความยากลำบากในการเดินทาง นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจเกิดความไม่พอใจ

7.4 แหล่งท่องเที่ยวมีความเสื่อมโทรม เนื่องจากการไม่รักษาความสะอาดของนักท่องเที่ยวและความไม่ร่วมมือกันในการรักษาความสะอาดของสมาชิกในชุมชน และการขาดจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวเมื่อเข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ต่างๆของชุมชนแล้วมักจะทิ้งขยะ ขูดขีดพื้นผิวต่างๆ ตามทางเดินหรือตามแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทำให้สถานที่นั้นดูไม่สะอาด สวยงาม

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

1.1 ความเข้าใจตลาดเคลื่อนเกี่ยวกับโฮมสเตย์ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ถึงแนวคิดของโฮมสเตย์ ว่าเป็นที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทซึ่งมีความแตกต่างกับที่พักของเอกชนที่ใช้ชื่อ โฮมสเตย์

1.2 บางโฮมสเตย์ที่มีจำนวนสมาชิกน้อย บางครั้งเมื่อนักท่องเที่ยวมาเป็นหมู่คณะ ควรจูงใจสนับสนุน ให้ผู้ที่ยังไม่เข้าร่วมเป็นสมาชิก เข้าใจถึงประโยชน์และค่าตอบแทนที่จะได้รับเสริม

1.3 ส่งเสริมให้สมาชิกหมั่นดูแลความสะอาด บริเวณบ้านพัก ของใช้ในบ้าน โดยเฉพาะเครื่องนอน ให้มีความสะอาดปราศจากฝุ่น เพื่อรักษามาตรฐาน และเมื่อมีงบประมาณมากพอทุกหลังคาเรือนอาจต้องปรับปรุงส้วมเป็นชักโครก เพื่อให้ถูกสุขลักษณะและรองรับ AEC ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงจำนวนห้องน้ำเพียงพอเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

1.4 ความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐต่างๆ เช่น กรมพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา ในการสนับสนุนงบประมาณในการลงทุน เพื่อการให้ความรู้ พัฒนาอย่างยั่งยืน โดยชุมชนสามารถเขียนโครงการเพื่อเสนอแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

1.5 การนำงบประมาณมาเพื่อพัฒนา ปรับปรุงสาธารณูปโภคในโฮมสเตย์และแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายในการมาท่องเที่ยวมากขึ้น และสามารถรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น เช่น โฮมสเตย์ต้องมีการพัฒนา ปรับปรุงให้ทุกหลังคาเรือนต้องมีชัก

โครก การขยายถนน และมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดความเรียบร้อย และสะดวกแก่การเดินทางของท่องเที่ยว

1.6 การนำเอกลักษณ์หรือความโดดเด่นของแต่ละชุมชนมาใช้ในการพัฒนาปรับปรุงโฮมสเตย์ให้ควรมีความน่าสนใจ และดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

1.7 กิจกรรมควรเป็นเอกลักษณ์ บ่งบอวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในชุมชน

2. ด้านราคา (Price)

2.1 การปรับราคาอาจปรับตามความเหมาะสมตามจำนวนของนักท่องเที่ยว ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ในบางฤดูกาลที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย ไม่ค่อยมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำ หรือไม่สามารถจัดกิจกรรมบางอย่าง เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

2.2 การจัดทำของที่ระลึกให้มีความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่สามารถหาซื้อจากที่ไหนได้ ซึ่งสมาชิกโฮมสเตย์สามารถปรับราคาให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวได้

2.3 ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะนำรถมาเอง เพื่อไปเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แต่ยังมีขาดมัคคุเทศก์ บุคคลที่จะคอยอธิบายประวัติความเป็นมา ความสามารถในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง ดังนั้นควรฝึกอบรม ให้ความรู้แก่สมาชิกในการอธิบายข้อมูลให้แก่ นักท่องเที่ยว

2.4 การจัดทำรายการอาหารให้มีความแตกต่างจากร้านค้าโดยทั่วไป ซึ่งนักท่องเที่ยวจะสามารถรับประทานได้จากโฮมสเตย์เท่านั้น (วัตถุดิบสด ใหม่ ทำมาจากวัตถุดิบในท้องถิ่น)

2.5 ราคาและค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่ากิจกรรม และค่าของฝาก/ของที่ระลึก มีความเหมาะสมตามต้นทุนที่เพิ่มขึ้นและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่พักประเภทต่างๆ เช่น รีสอร์ท โรงแรม

2.6 เนื่องจากราคาที่ใกล้เคียงกันกับโฮมสเตย์ใกล้เคียง ดังนั้นจึงควรร่วมกันหากิจกรรมอื่นที่ทำร่วมกับนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม หรือสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว และสร้างความแตกต่างกับโฮมสเตย์ใกล้เคียง และควรอธิบายให้นักท่องเที่ยวเห็นความแตกต่างของสิ่งที่จะได้รับจากการเข้าพักโฮมสเตย์

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

3.1 พัฒนาช่องทางการติดต่อสื่อสาร ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ เว็บไซต์ อีเมล เพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย

3.2 ควรเพิ่มเบอร์โทรศัพท์ติดต่อ นอกเหนือจากแค่ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ เช่น สมาชิกอื่นๆ หน่วยงานราชการต่างๆ เนื่องจากบางครั้งไม่สามารถติดต่อได้

3.3 ควรมีการจัดทำ และพัฒนาเว็บไซต์ โดยให้มีข้อมูลที่มีความทันสมัยตลอดเวลา และสามารถหาข้อมูล และติดต่อได้ง่ายขึ้น

3.4 ควรมีความร่วมมือในการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถาบันการศึกษา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่จัดในแต่ละจังหวัดอย่างต่อเนื่อง ผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น รายการโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องทั้งปี

3.5 ควรมีการพัฒนาให้มีรถบริการรับส่งเข้ามายังหมู่บ้านที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3.6 ควรปรับปรุงถนนป้ายบอกทาง และสาธารณูปโภคด้านอื่น เพื่อรองรับการท่องเที่ยวและตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อให้บริการข้อมูล และกิจกรรมต่างๆแก่นักท่องเที่ยว

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

4.1 ในบางฤดูกาลมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้อย สมาชิกโฮมสเตย์ควรมีการคิดกิจกรรมใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับฤดูกาล เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีกิจกรรมที่หลากหลายทำในช่วงที่เข้ามาพักที่โฮมสเตย์

4.2 บางฤดูที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้อย อาจเป็นการต้อนรับที่เป็นหมู่คณะ โดยขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยจัดเสนอ Package ราคาพิเศษให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว

4.3 ควรขอความร่วมมือกับหน่วยงานราชการเกี่ยวกับงบประมาณในการทำแผ่นพับ หรือสื่อประชาสัมพันธ์ให้เพียงพอ และความร่วมมือในการช่วยเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูล รายละเอียดที่เพียงพอต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

4.4 ควรมีการปรับลดราคาของที่พัก อาหาร ค่ากิจกรรม ของที่ระลึกบางอย่างลง ในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้อย

4.5 ควรติดต่อผ่านไปยังสื่อมวลชนต่างๆ ในเชิงรุก เพื่อจัดทำ หรือแนะนำสถานที่ของโฮมสเตย์ให้มากขึ้น

5. ด้านอัยาศัยมิตรของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

5.1 ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวคิดโฮมสเตย์ สร้างความคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยว และพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนความรู้ทางวัฒนธรรม

5.2 ส่งเสริมให้บ้านอื่นๆ ที่ยังไม่เป็นสมาชิกโฮมสเตย์ เข้าร่วมกลุ่มให้มากขึ้น

5.3 จัดให้มีการฝึกอบรมแก่บุคลากร และชาวบ้าน เพื่อให้เกิดความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้อง สามารถนำความรู้ มาประยุกต์ให้เข้ากับทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเช่น การฝึกการต้อนรับ และการสร้างความคุ้นเคยกับนักท่องเที่ยว

5.4 ควรส่งเสริมให้มีการประชุมระหว่างชุมชน โรงเรียนและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาชุมชน หากิจกรรมใหม่ๆ ในการท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

5.5 ส่งเสริมให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญของการอนุรักษ์วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน

5.6 การพัฒนาทั้งส่วนของการจัดการโฮมสเตย์ความสามารถในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย และจำนวนบุคลากรให้เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมพักโฮมสเตย์มากขึ้น

6. ด้านกระบวนการ (Process)

6.1 ความปลอดภัย ควรมีการดูแลบ้านพัก ห้องนอนห้องน้ำให้สะอาดถูกสุขลักษณะอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากอาจมีการท่องเที่ยวมาเข้าพักโดยที่ไม่มีการแจ้งล่วงหน้า ดังนั้น หากไม่มีการดูแลความสะอาดตลอดเวลา อาจจะทำให้เกิดความผิดพลาดในการรองรับนักท่องเที่ยว หรืออาจส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้

6.2 กิจกรรม ควรมีกิจกรรมที่สามารถทำได้เมื่อเข้ามาพักที่บ้านพัก เพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการหากิจกรรมที่หลากหลายให้เข้ากับฤดูกาลต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำกิจกรรมที่ตรงกับความสนใจ และเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงอื่นๆ ที่ไม่ไกลจากชุมชนมากนักและสามารถเดินทางได้อย่างสะดวก เช่น การตกปลา การล่องแพ การเดินป่า การประกอบอาชีพต่างๆ ของคนในชุมชน

6.3 วัฒนธรรม การพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้เกิดความรู้ และความเข้าใจที่ถูกต้องในการนำอัตลักษณ์มาพัฒนาให้เป็นเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์ เพื่อใช้ในการดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวและสามารถนำมาประยุกต์ให้เข้ากับทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น และพัฒนาให้เป็นของฝาก และของที่ระลึก ให้มีความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว และชุมชนควรรักษาอัตลักษณ์/เอกลักษณ์ที่ดีของชุมชนไว้ ไม่ควรปรับเปลี่ยนตามนักท่องเที่ยวในเมืองสู่ชุมชน

6.4 การบริการ ควรพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้เกิดความรู้ในการบริหารโฮมสเตย์ การให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเข้าพัก การปฏิบัติตามกฎ ระเบียบต่างๆ การดูแลความ

ปลอดภัย รวมถึง ความสามารถของสมาชิกโฮมสเตย์ในการนำความรู้มาประยุกต์ให้เข้ากับทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดประโยชน์สมาชิกโฮมสเตย์และนักท่องเที่ยว

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

7.1 การพัฒนาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวภายในโฮมสเตย์ เช่น สถานที่พักผ่อน นั่งเล่น สถานที่ทำกิจกรรมร่วมกันของคนในชุมชน และสถานที่ให้สะอาด ปลอดภัยเพียงพอระหว่างที่พักแต่ละหลัง เป็นต้น

7.2 ช่วยกันรักษาสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงให้คงสภาพสมบูรณ์ ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

5.3 อภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

การจัดที่พักโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยว ซึ่งหลักเกณฑ์ของบ้านพักที่จะรับนักท่องเที่ยว นั้น มีการหมุนเวียนในการรับนักท่องเที่ยวเข้าพักไปที่ละหลัง และมีการจัดที่นอนอย่างเป็นสัดส่วนแยกออกจากเจ้าบ้าน ภายในที่พักมีที่นอนและอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว ส่วนห้องอาบน้ำและห้องส้วมมีความสะอาด มิดชิดปลอดภัย และมีการดูแลบริเวณรอบบ้านให้มีความสะอาด อยู่เสมอ เจ้าของบ้านต้องประกอบอาหารจากการนำเอาวัตถุดิบที่หาได้จากท้องถิ่นนั้นๆ และจัดหาน้ำดื่มที่สะอาดมาบริการให้นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก แต่ถ้ามีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักเป็นหมู่คณะ สมาชิกโฮมสเตย์แต่ละหลังจะช่วยกันประกอบอาหารให้แก่ผู้เข้าพัก นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกของชุมชนนั้น จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างโดยนำวัตถุดิบท้องถิ่นมาทำ มีการพัฒนารูปแบบ และคุณภาพของสินค้าของที่ระลึก เพื่อสร้างคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นออกมาให้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ซึ่งของที่ระลึกของแต่ละโฮมสเตย์ขึ้นอยู่กับประเภทของโฮมสเตย์เป็นแบบใด วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและสภาพแวดล้อมของแต่ละโฮมสเตย์ที่โดดเด่นและแตกต่างกัน ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับข้อกำหนดและดัชนีชี้วัดมาตรฐานของโฮมสเตย์ (พ.ศ. 2555) ที่กำหนดว่า มาตรฐานที่ 1 ด้านที่พัก ลักษณะบ้านพักของสมาชิกโฮมสเตย์ที่นักท่องเที่ยวเข้าพักต้องเป็นสัดส่วน ที่พักที่นอนสะอาด มีห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด และมีมุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน มาตรฐานที่ 2 ด้านอาหารและโภชนาการ อาหารผลิตโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ไม่ซื้ออาหารหรือ

กับข้าวถุง มีการปรุงอาหารอย่างถูกสุขอนามัย และมีน้ำดื่มที่สะอาด รวมถึงห้องครัว ภาชนะ และ อุปกรณ์ที่ใช้ในครัวมีความสะอาดอยู่เสมอ มาตรฐานที่ 8 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก/ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้ทั้งเป็นของบริโภค สิ่งประดิษฐ์ เสื้อผ้า สิ่งทอ ของที่ระลึก โดยใช้วัสดุและวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก และเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มีการนำเอาความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน พร้อมกันนั้นก็สามารถจัดทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น การสอนทอผ้า การจักสาน การละเล่นต่าง ๆ และการแสดงพื้นบ้าน

2. ด้านราคา/ค่าใช้จ่าย (Price) อัตราค่าค่าใช้จ่ายในการเข้าพักส่วนใหญ่จะแบ่งออกเป็น ค่าที่พัก แยกกับค่าอาหาร โดยคิดค่าที่พักประมาณ 100-250 บาท และค่าอาหาร 50-100 บาท/มื้อ และแบบเหมาจ่ายค่าที่พักรวมค่าอาหาร 2 มื้อคือเช้าและเย็น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถชำระค่าใช้จ่ายในวันที่เดินทางกลับ โดยค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีการกำหนดให้มีราคาเท่ากันทุกหลัง เพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการ ส่วนค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรมและราคาผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึกของแต่ละโฮมสเตย์มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ โดยราคาและค่าใช้จ่ายควรสอดคล้องกับต้นทุน และความสามารถในการหาลูกค้า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ส่วนใหญ่การติดต่อสอบถามและจองที่พักของโฮมสเตย์จะติดต่อผ่านทางประธานโฮมสเตย์เป็นหลัก และเดินทางมาที่โฮมสเตย์โดยตรง ทำให้บางครั้งเกิดความไม่สะดวกแก่นักท่องเที่ยว ควรเพิ่มช่องทางการติดต่อผ่านทางหน่วยงานต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา เป็นต้น เพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยว

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

4.1 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation : PR) โฮมสเตย์ได้รับความร่วมมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น สถาบันการศึกษา หรือหน่วยงานราชการต่างๆ ใกล้เคียง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา อีกทั้งยังมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์หลัก

ของแต่ละโฮมสเตย์ ซึ่งมีรายละเอียดค่าใช้จ่าย กิจกรรมต่างๆ รวมถึงภาพถ่ายเกี่ยวกับโฮมสเตย์ด้วย และมีการจัดทำเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ นามบัตร คู่มือ แผ่นพับ ที่แสดงรายละเอียดต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ควรมีเป้าหมาย แผนงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนผ่านสื่อต่างๆ ที่หลากหลาย และต่อเนื่อง เพื่อให้โฮมสเตย์เป็นที่รู้จักมากขึ้น และมีปริมาณนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี

4.2 พนักงานขาย (Personal Selling) โฮมสเตย์ได้จัดโครงการส่งเสริมอาชีพหัตถกรรม โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมาฝึกอาชีพในด้านการให้ความรู้ และการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ทันสมัย โดดเด่น น่าสนใจ และตรงกับความต้องการของตลาด อีกทั้งทางโดยสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ยังได้มีการเข้าร่วมในงานต่างๆ ที่ทางหน่วยงานภายในจังหวัดจัดขึ้น โดยนำผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของชุมชนมาจัดแสดงสินค้า ซึ่งควรมีการจัดแสดงสินค้าให้ครอบคลุมกับกลุ่มเป้าหมาย และอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ที่ได้รับรองจากคณะกรรมการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ไปเป็นวิทยากรไปบรรยายในสถานที่ต่างๆ เพื่อให้ความรู้ และเป็นการเผยแพร่เกี่ยวกับโฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วย

4.3 การขายตรง (Direct Sale) มีเว็บไซต์หลักของแต่ละโฮมสเตย์ และสื่อต่างๆ ที่นำมาเผยแพร่มีการระบุข้อมูลการติดต่อของโฮมสเตย์ โดยผ่านทางประธานโฮมสเตย์ สมาชิกหลัก และติดต่อโดยตรงที่ โฮมสเตย์ ซึ่งบางครั้งเกิดความไม่สะดวกในการให้ข้อมูลหรือติดต่อ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังสามารถหาซื้อของฝากและของที่ระลึกจากการส่งเสริมกิจกรรมพานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมภายในชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง

4.4 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) โฮมสเตย์มีการจัดทำโปรโมชั่นให้แก่นักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวในปริมาณที่น้อย เนื่องจากบางฤดูกาลไม่เหมาะแก่การท่องเที่ยว โดยการลดราคาห้องพัก รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการท่องเที่ยวในช่วงเดือน และมีการให้ของที่ระลึกซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้านแก่ผู้เข้าพัก ซึ่งแต่ละโฮมสเตย์มีช่วงเวลาที่เหมาะแก่การท่องเที่ยวแตกต่างกัน ส่วนใหญ่ช่วงเวลาที่เหมาะแก่การมาพักคือระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม ซึ่งอากาศกำลังเย็นสบาย และมีผู้เข้าพักในปริมาณน้อย เช่น ฤดูร้อนและฤดูฝน

ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับข้อกำหนดและดัชนีชี้วัดมาตรฐานของโฮมสเตย์ (พ.ศ. 2555) ที่กำหนดว่ามาตรฐานที่ 10 ด้านประชาสัมพันธ์ เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน มีคู่มือ แผ่นพับ แผนที่การเดินทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ราคาและ

สถานที่ติดต่อ และแผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีเป้าหมาย แผนงาน การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ กับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน

5. ด้านอรรถศาสตร์ไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People) การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอาศัยสมาชิกในชุมชนเป็นหลัก เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวพื้นเมือง ซึ่งต้องมีการพัวพันกับเจ้าของบ้านที่แยกเป็นสัดส่วน และมีการจัดกิจกรรมต้อนรับ การร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชน โดยจะมีสมาชิกของกลุ่มคอยให้คำอธิบาย นำชมการผลิต และตอบข้อซักถามของนักท่องเที่ยว ดังนั้นสมาชิกในชุมชนต้องอาศัยการมีจิตใจในการให้บริการที่ดี (Service Mind) เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ เกิดการบอกปากต่อปาก และกลับมาท่องเที่ยวที่โฮมสเตย์อีก ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับข้อกำหนดและดัชนีชี้วัดมาตรฐานของโฮมสเตย์ (พ.ศ. 2555) ที่กำหนดว่า มาตรฐานที่ 4 ด้านอรรถศาสตร์ไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย มีการแนะนำนักท่องเที่ยวกับสมาชิกในครัวเรือนทุกคนที่อยู่ในขณะนั้น เพื่อรู้จักและเรียนรู้วิถีชีวิตของเจ้าของบ้านผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ภายใน และสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิถีชีวิตของชุมชน เช่น พุดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ และร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ

6. ด้านกระบวนการ (Process)

โฮมสเตย์มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีตู้ยาสามัญประจำบ้าน และมีการจัดระบบดูแลความปลอดภัย โดยมีตำรวจบ้านในการรักษาความปลอดภัย และมอบหมายให้เจ้าของบ้านที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักเป็นผู้ดูแลความเรียบร้อยให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตามกฎการเข้าพักอาศัยอย่างเคร่งครัด เพื่อหลีกเลี่ยงอุบัติเหตุ และเหตุร้ายต่างๆ ที่จะเกิดกับนักท่องเที่ยว ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับข้อกำหนดและดัชนีชี้วัดมาตรฐานของโฮมสเตย์ (พ.ศ. 2555) ที่กำหนดว่า มาตรฐานที่ 3 ด้านความปลอดภัย มีการเตรียมความพร้อม และแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการจัดระบบดูแลความปลอดภัย มีการแจ้งให้ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันรับทราบ ขณะมีนักท่องเที่ยวในบ้าน เพื่อขอความร่วมมือในการดูแลรักษาความปลอดภัย มีการจัดเวรยามดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และเมื่อมีเหตุร้ายต้องมีเครื่องมือสื่อสารติดต่อกับหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงได้

กิจกรรมของนักท่องเที่ยวจะมีจะมีการประชุมร่วมกัน เพื่อวางแผนรายการนำเที่ยวที่ชัดเจน โดยประยุกต์กิจกรรมให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของชุมชน รวมถึงให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทำ

กิจกรรมต่างๆ ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับข้อกำหนดและดัชนีชี้วัดมาตรฐานของโฮมสเตย์ (พ.ศ. 2555) ที่กำหนดว่า มาตรฐานที่ 5 ด้านรายการนำเที่ยว มีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน มีข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกันตามภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกได้ และมีภาคีเครือข่ายหรือเจ้าของบ้านเป็นผู้นำเที่ยวเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากร สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ค่านิยมภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยว และมีการจัดทำสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ รูปภาพ ภาพวาด เพื่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

ที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวยังคงเป็นบ้านของชาวบ้านที่มีการอาศัยอยู่ในปัจจุบัน เพื่อแสดงถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมถึงการบำรุงรักษาโบราณสถาน โบราณวัตถุภายในชุมชน และโฮมสเตย์บางแห่งมีการจัดตั้งอาคารพิพิธภัณฑ์หรือสถานที่จัดแสดงเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ประเพณีและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชนตั้งแต่อดีตเป็นต้นมา อีกทั้งนักท่องเที่ยวจะได้รับการต้อนรับตามแต่ละโฮมสเตย์ เช่น พิธีบายศรีสู่ขวัญ วงมโหรี การแสดงนาฏศิลป์ของเด็กและเยาวชน เพื่ออนุรักษ์ และถ่ายทอดวัฒนธรรม ศิลปะ และการละเล่นพื้นบ้านให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการร่วมทำกิจกรรมต่างๆ ตามวิถีชีวิตของชาวบ้าน ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับข้อกำหนดและดัชนีชี้วัดมาตรฐานของโฮมสเตย์ (พ.ศ. 2555) ที่กำหนดว่า มาตรฐานที่ 7 ด้านวัฒนธรรม มีการดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และการรักษาวิถีชีวิตชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ ไม่ควรเปลี่ยนแปลงหรือจัดทำใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีญา วรากุลวิทย์ (2551) พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลดีแก่เศรษฐกิจของประเทศและท้องถิ่น ทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของประเทศประชาชนมีมาตรฐานการดำเนินชีวิตสูง สร้างความเจริญให้แก่พื้นที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์มีการรวมกลุ่มของชาวบ้าน เพื่อเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารงานกลุ่มโฮมสเตย์ และประชุมเพื่อวางแผน และแนวทางในการปฏิบัติต่างๆ ของการดำเนินงาน รวมถึงการกระจายรายได้ให้แก่สมาชิกโฮมสเตย์อย่างเป็นธรรม ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับข้อกำหนดและดัชนีชี้วัดมาตรฐานของโฮมสเตย์ (พ.ศ. 2555) ที่กำหนดว่า มาตรฐานที่ 9 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ การบริหารจัดการต้องเป็นการรวมกลุ่มโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกกลุ่ม และชุมชน ต้องมีความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์ และวิธีการของโฮมสเตย์ มีการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารงาน ได้แก่ ประธาน รองประธาน เหนรัญญิก และกรรมการฝ่ายต่างๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละชุมชน และมีกฎ กติกา การทำงานของคณะกรรมการ เพื่อให้มีการ

จ่ายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปารีชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2546) พบว่า หากจะให้เกิดเป็นเครือข่ายต้องได้รับความร่วมมือกันที่จะติดต่อสื่อสาร ความเต็มใจที่จะประสานงานกัน ข้อสำคัญสมาชิกต้องมีการยอมรับที่จะทำกิจกรรมร่วมกัน ไม่ใช่เพียงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเท่านั้น ที่สำคัญต้องให้ความสำคัญกับขั้นตอนของการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมภายในเครือข่าย

7. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)

กลุ่มชุมชนได้ช่วยกันรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติภายในท้องถิ่น ช่วยกันปลูกป่าชุมชน ไม่ตัดไม้ทำลายป่า และมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อให้การใช้ประโยชน์เป็นไปอย่างยั่งยืนและร่วมกันสร้างจิตสำนึกในการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนให้คงไว้ สืบทอดวัฒนธรรมอันดีกับคนรุ่นหลังต่อไป อีกทั้งยังมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว ได้ชื่นชมความงามของธรรมชาติ และปลูกจิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติ ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับข้อกำหนดและดัชนีชี้วัดมาตรฐานของโฮมสเตย์ (พ.ศ. 2555) ที่กำหนดว่า มาตรฐานที่ 6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง และมีการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแผนงาน และกิจกรรมในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และลดสภาวะโลกร้อน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอนุชา ปัญจพันธ์ (2545) พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตำบลผาช้างน้อย เป็นการดำเนินการงานโดยมีทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว สภาพภายในแหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะของป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ มีความหลากหลายทางชีวภาพพันธุ์พืชและพันธุ์สัตว์ มีทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม มีกิจกรรมการเดินป่า ศึกษาธรรมชาติ มีที่พักแรม โดยจัดให้มีการศึกษาสร้างจิตสำนึก เพื่อให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องเกิดการเรียนรู้และเกิดจิตสำนึกในการดูแลสิ่งแวดล้อม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service) และด้านราคา (Price) ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวคาดหวังความเป็นส่วนตัว และความสะดวกสบาย เหมือนพักที่ รีสอร์ท หรือโรงแรม ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงโฮมสเตย์ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งไม่พอใจกับความเป็นส่วนตัว สภาพของห้องพัก ห้องน้ำ อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก เนื่องจากการปรับปรุง พัฒนาโฮมสเตย์ต้องอาศัยงบประมาณจากชาวบ้านในชุมชน เช่น ที่พัก ห้องน้ำ สถานที่ทำกิจกรรม เป็นต้น อีกทั้งโฮมสเตย์ไม่ได้อยู่บนเส้นทางหลัก ทำให้การเดินทางมาค่อนข้างลำบากและใช้เวลานานเมื่อต้องเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปยังแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง เนื่องจากสาธารณูปโภคอื่นๆ ยังไม่เพียงพอ หรืออยู่ในสภาพที่ใช้งานได้อย่างสมบูรณ์ เช่น ถนน ป้ายบอกทาง รถประจำทาง ไฟฟ้า เป็นต้น ส่งผลต่ออัตราค่าที่พักที่มีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับราคาของที่พักในรูปแบบอื่นๆ และทำให้ไม่สามารถปรับเพิ่มราคาที่พักได้มากนัก เนื่องจากการแข่งขันระหว่างโฮมสเตย์ด้วยกันเพิ่มมากขึ้นและการเพิ่มจำนวนของกลุ่มธุรกิจที่พักเอกชนต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ทำให้เกิดการแข่งขันทันทีกับกลุ่มโฮมสเตย์

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion) การติดต่อสอบถามและจองที่พักมีช่องทางที่ค่อนข้างจำกัด โดยติดต่อประธานโฮมสเตย์ผ่านทางโทรศัพท์และการติดต่อที่โฮมสเตย์โดยตรง เนื่องจากการดำเนินงานและให้บริการของสมาชิกโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริมจากการประกอบอาชีพหลัก เช่น การทำไร่ ทำนา และที่ตั้งของโฮมสเตย์ที่ไม่ได้อยู่ในเส้นทางหลัก ทำให้อาจเกิดความไม่สะดวกในการติดต่อ ถึงแม้ว่าจะมีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ เอกสารต่างๆ เช่น โบรชัวร์ ใบปลิว คู่มือการท่องเที่ยว และการแสดงสินค้าในงานจัดแสดงต่างๆ โดยผ่านหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น สถาบันการศึกษา ก็เป็นเพียงการฝากข้อมูลเพื่อเผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยวเท่านั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องติดต่อหรือจองผ่านช่องทางที่ข้างต้นเท่านั้น อีกทั้งในการประชาสัมพันธ์ของโฮมสเตย์ยังไม่ครอบคลุม ขาดการนำเสนอที่น่าสนใจ และต่อเนื่อง ทำให้โฮมสเตย์บางแห่งยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักและยังน่าสนใจของนักท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับธุรกิจที่พักประเภทอื่นๆ

ด้านอัตลักษณ์โมติวัลของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People) มีคฤหาสน์ หรือบุคลากรในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวยังมีจำนวนไม่เพียงพอต่อความต้องการ และขาดความรู้ ความสามารถในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เนื่องจากการให้บริการโฮมสเตย์เป็นเพียงอาชีพเสริมจากการทำเกษตรกรรมของสมาชิกในชุมชน ทำให้ไม่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงและกำหนดกิจกรรมตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ เมื่อมาเป็นหมู่คณะ และเนื่องจากสภาพแวดล้อมของโฮมสเตย์บางแห่งไม่เหมาะแก่การท่องเที่ยวทั้งปี มีแค่บางช่วงเดือนเท่านั้น ทำให้ระห่างในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวค่อนข้างห่างกัน ส่งผลให้สมาชิกเกิดความไม่ชำนาญในการต้อนรับและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งยังมีอาการตื่นเต้นบ้าง

ด้านกระบวนการ (Process) เนื่องจากการดำเนินงานโดยกลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์เอง ทำให้ในการปรับปรุงและพัฒนาโฮมสเตย์บางส่วนทำได้ค่อนข้างลำบาก เพราะต้องใช้เงินทุนของเจ้าบ้านเองในการดูแลรักษาและพัฒนาบ้านพักที่ใช้ในการรับรองนักท่องเที่ยว ทำให้บางครั้งสมาชิกในกลุ่มอาจเกิดความไม่พอใจเกี่ยวกับการจัดสรรจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าพัก และถอนตัวจากการเป็นสมาชิกโฮมสเตย์ นอกจากนี้บุคลากรยังขาดความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน และขาดความรู้ใหม่ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกของท้องถิ่น เพื่อให้มีความหลากหลาย เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และมีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่อยู่ให้น่าสนใจมากขึ้น ส่งผลให้เกิดรายได้ที่ไม่เพียงพอและกระจายได้อย่างทั่วถึง ถึงแม้ว่าจะมีหน่วยงานต่างๆ เข้ามาสนับสนุนในการบรรยายให้ความรู้ และฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์บ้าง แต่ก็ยังขาดความต่อเนื่องสม่ำเสมอ

ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) ลักษณะของบ้านพักโฮมสเตย์แต่ละหลังแตกต่างกัน ทั้งลักษณะของห้องพัก ห้องน้ำ เครื่องนอน สิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณรอบด้านในของแต่ละบ้าน ทำให้เกิดความยากลำบากในการบริหารหรือจัดการห้องพักให้แก่สมาชิก เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาพักแล้วอาจเกิดความไม่พอใจในสภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจเกิดความเสื่อมโทรม เนื่องจากการไม่รักษาความสะอาดของนักท่องเที่ยว อีกทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในโฮมสเตย์ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร และระบบสาธารณูปโภคที่อาจจะยังไม่เพียงพอ เช่น ความสว่างระหว่างบ้านพักแต่ละหลัง ถนนในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงค่อนข้างลำบาก เนื่องจากที่ตั้งของโฮมสเตย์อยู่ค่อนข้างไกลจากเส้นทางหลัก สภาพแวดล้อมของแต่ละโฮมสเตย์ต่างๆ ก็คล้ายกัน ชนบท ทุ่งนา ลำน้ำ ภูเขา

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/Service)

- สมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ทำให้จำนวนสมาชิกโฮมสเตย์ยังค่อนข้างน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในบางฤดูกาล ดังนั้นทางสมาชิกโฮมสเตย์ควรมีการประชุม และร่วมมือกันถ่ายทอดความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับคนในชุมชนที่ยังไม่ได้เข้าร่วม เพื่อให้มีสมาชิกโฮมสเตย์ที่เพิ่มมากขึ้น และเกิดความเข้มแข็งในการบริหารจัดการโฮมสเตย์ให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

- สมาชิกโฮมสเตย์ดูแลรักษาความสะอาดทั้งภายในบ้าน และรอบๆ บ้านพักให้สะอาดและน่าอยู่อยู่เสมอ รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบ้าน เช่น ห้องพักให้มีมิติ

ปลอดภัย ห้องน้ำให้เป็นซีกโครก เป็นต้น เพื่อเตรียมพร้อมในการรับรองนักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยว รวมถึงคนในชุมชนควรร่วมมือกันดูแลรักษา และพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่มีในท้องถิ่นให้คงความสวยงามอยู่เสมอ

- การพัฒนาสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยว สมาชิกโฮมสเตย์ควรเน้นการบูรณาการ ส่งเสริมสินค้าและบริการท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรม โดยนำศิลปะพื้นบ้าน อาหารไทย ประเพณี ของชุมชนท้องถิ่น มาเป็นสินค้าที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เข้ามาท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

2. ด้านราคา (Price) การปรับราคาของการมาพักที่โฮมสเตย์ จากปกติที่มีการคิดค่าใช้จ่ายแยกประเภทกัน เช่น ที่พัก อาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยว อาจจะต้องมีการจัด Package ร่วมกับรายการอื่น โดยจัดตามขนาด และปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก เพื่อให้การปรับขึ้นราคามีความเหมาะสม อีกทั้งยังเพิ่มความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับโฮมสเตย์อื่น หรือธุรกิจที่พักใกล้เคียง

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

- ในปัจจุบันช่องทางการติดต่อสอบถาม หรือจองที่พักยังมีค่อนข้างน้อย และไม่ทั่วถึงกลุ่มของนักท่องเที่ยว เพราะสามารถติดต่อได้เพียงผ่านประธานโฮมสเตย์และที่โฮมสเตย์โดยตรง ดังนั้นควรเพิ่มช่องทางให้มากขึ้น เช่น มีเบอร์โทรศัพท์ในการติดต่อมากกว่า 2 เบอร์ โดยอาจจะแต่งตั้งสมาชิกเพิ่มเพื่อติดต่อกับนักท่องเที่ยวนอกเหนือจากประธานกลุ่มโฮมสเตย์

- โฮมสเตย์ไม่ได้อยู่บนเส้นทางหลัก ทำให้การเดินทางมาของนักท่องเที่ยวอาจจะเกิดความไม่สะดวก หรือใช้เวลาในการเดินทางมา เนื่องจากไม่คุ้นชินกับถนน ดังนั้นคนในชุมชนควรช่วยกันในการทำป้ายบอกทาง หรือสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์ของโฮมสเตย์มาไว้ตามทางที่จะมายังโฮมสเตย์ หรือสมาชิกโฮมสเตย์อาจจะต้องมีบริการมารับนักท่องเที่ยวจากทางหลักเข้าสู่โฮมสเตย์ เพื่อหลีกเลี่ยงความไม่พอใจตั้งแต่เดินทางมาพัก

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

4.1) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation : PR)

- เพิ่มช่องทางในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มของนักท่องเที่ยว เช่น ประชาสัมพันธ์และติดต่อผ่านทางสมาคมหรือชมรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกิจกรรมหรือสิ่งที่ดึงดูดใจของโฮมสเตย์ เช่น สมาคมตกปลาใน หรือชมรมเดินป่า
- จัดทำบล็อกในการแนะนำการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ เพื่อใช้ในการสนทนาพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น สอบถามข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับโฮมสเตย์ หรือการแนะนำโฮมสเตย์ผ่านนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวให้คนอื่นทราบ
- ปรับข้อมูลโฮมสเตย์ รวมถึงเบอร์โทรศัพท์ และที่อยู่ในการติดต่อภายในเว็บไซต์ของโฮมสเตย์ตลอดเวลา เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาหาข้อมูล ทราบรายละเอียดที่ทันสมัยและเป็นปัจจุบันที่สุด หลีกเลี่ยงไม่ให้พลาดการติดต่อกับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว

4.2) พนักงานขาย (Personal Selling)

- นำผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกของโฮมสเตย์มาจัดแสดง ในงานการจัดแสดงต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ และทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
- ประธานกลุ่มโฮมสเตย์ควรเข้าร่วมการอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ใหม่ เพื่อนำมาถ่ายทอดให้แก่สมาชิกโฮมสเตย์ และนำความรู้ที่ได้ไปช่วยกันพัฒนาโฮมสเตย์ให้ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และเข้าร่วมเป็นวิทยากรบรรยายในงานต่างๆ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

4.3) การขายตรง (Direct Sale)

- มีกิจกรรมพานักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิถีชีวิต และวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกของโฮมสเตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และสัมผัสวัฒนธรรมของท้องถิ่น และเพิ่มศักยภาพโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึก

4.4) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion)

- ทำโปรโมชั่นการให้ส่วนลด จัด Package ที่พักร่วมกับกิจกรรมอื่นๆ หรือแจกของแถมแก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในปริมาณมาก หรือมาเป็นหมู่คณะ หรือในช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในปริมาณที่ค่อนข้างน้อย เช่น การแจกของที่ระลึก

5. ด้านอัยยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

- มีการฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับโฮมสเตย์ และการสื่อสารด้านการใช้ภาษาอังกฤษแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้กับมัคคุเทศก์ หรือผู้นำเที่ยวในชุมชน เนื่องจากต้องมี

การร่วมทำกิจกรรมกับนักท่องเที่ยว รวมถึงคนในชุมชน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

- จัดกิจกรรมส่งเสริมให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการโฮมสเตย์ เพื่อให้เยาวชนเห็นคุณค่าความสำคัญของวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนตนเอง
- คนในชุมชนควรร่วมมือกันในการรักษาเอกลักษณ์ และคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่ตลอดไป ไม่ควรรับเอาวัฒนธรรมจากภายนอกเข้ามามากนัก ทั้งจากนักท่องเที่ยวที่นำเอาวัฒนธรรมใหม่ๆ เข้ามาสู่ชุมชนเมื่อมาท่องเที่ยว หรือจากการเข้ามามีส่วนร่วมของนายทุนเอกชนที่เข้ามาทำธุรกิจการท่องเที่ยวในหมู่บ้านมากขึ้น เช่น การสร้าง รีสอร์ทในพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว

6. ด้านกระบวนการ (Process)

- ประธานโฮมสเตย์เข้ารับฟังบรรยาย หรือหาความรู้ใหม่ๆ มาถ่ายทอดความรู้ที่ถูกต้องให้แก่สมาชิกโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากบางครั้งเจ้าบ้านที่นักท่องเที่ยวเข้าพักยังมีความเข้าใจผิดว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก เจ้าบ้านต้องไปนอนที่อื่น ซึ่งความจริงคือเจ้าบ้านต้องพักที่บ้านพักหลังเดียวกันกับนักท่องเที่ยวที่แยกห้องนอนระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวออกเป็นสัดส่วน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต และถ่ายทอดวัฒนธรรมให้แก่นักท่องเที่ยว
- สมาชิกโฮมสเตย์เข้าอบรม และเพิ่มความรู้จากประธานโฮมสเตย์ เช่น เทคนิคในการให้บริการ การเป็นเจ้าบ้านที่ดี
- ถ่ายทอดความรู้แก่คนในชุมชนเสมือนเป็นสมาชิกโฮมสเตย์ เพราะต้องมีการทำกิจกรรมร่วมกัน หรือระหว่างโฮมสเตย์ด้วยกัน หรือรีสอร์ทใกล้เคียง เนื่องจากบางครั้งถ้ามีปริมาณนักท่องเที่ยวที่มากเกินไป โฮมสเตย์ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ จะได้ให้นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งไปพักที่โฮมสเตย์ หรือรีสอร์ทใกล้เคียง แต่ยังมีกิจกรรมทุกอย่างเหมือนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่พักที่โฮมสเตย์
- เน้นเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว สมาชิกโฮมสเตย์ต้องศึกษาข้อควรปฏิบัติต่างๆ ในการดูแลนักท่องเที่ยวที่มาพักที่บ้าน เพื่อหลีกเลี่ยงการได้รับบาดเจ็บแก่นักท่องเที่ยว และการปฐมพยาบาลเบื้องต้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับอุบัติเหตุ

- มีการจัดเวรยามเพื่อรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ควรจัดให้มีคนรับผิดชอบการดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างเป็นระบบระเบียบมากขึ้น เพื่อให้เกิดความเป็นมาตรฐาน และมีการเขียนแผนสำรอง เพื่อเพิ่มความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวมาพัก
- กิจกรรมที่มานำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว ต้องมีโปรแกรมที่ชัดเจนและหลากหลาย เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้มีตัวเลือกในการร่วมทำกิจกรรมที่สนใจและเหมาะกับตัวเอง นอกจากนี้กิจกรรมต้องมีความยืดหยุ่นตามจำนวนงบประมาณของนักท่องเที่ยวหรือระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวต้องการพัก ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของนักท่องเที่ยว เช่น นักเรียน นักศึกษา หน่วยงานราชการ เป็นต้น
- ด้านการบริหารจัดการ เพื่อการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม และมีความโปร่งใส สมาชิกโฮมสเตย์ต้องมีการจัดตั้งเหรียญ เพื่อรายงานการจัดสรรเงินรายได้ของโฮมสเตย์แก่สมาชิกโฮมสเตย์ท่านอื่น

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical)

- เน้นเรื่องของการอนุรักษ์ การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด เน้นให้นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าของทรัพยากร เช่น ให้นักท่องเที่ยวมาดูขยะมาใส่ขยะของตนเองและนำกลับไปด้วย หรือการจัดกิจกรรมบางอย่าง เช่น การร่วมกันสร้างฝายชะลอน้ำ การปลูกป่า การติดป้ายณรงค์ต่างๆ

5.4 ข้อเสนอแนะ

5.4.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

- 1) สมาชิกโฮมสเตย์ควรมีการมุ่งเน้นหลักการบริหารจัดการที่เป็นระบบระเบียบและสามารถปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพ เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น คณะกรรมการผู้รับผิดชอบผู้นำท้องถิ่น และหน่วยงานจากภาครัฐและภาคเอกชนที่ร่วมส่งเสริมสนับสนุน เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพ และยั่งยืน
- 2) สมาชิกโฮมสเตย์ควรมีการร่วมมือกันพัฒนามัคคุเทศก์ หรือนักปราชญ์ชุมชน เพื่อถ่ายทอดความรู้ให้แก่คนในชุมชนรุ่นหลัง ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นไม่ได้มุ่งหมายให้เกิดรายได้อย่างเดียว แต่ต้องการให้เกิดการเรียนรู้วิถีชีวิต และรักษาสภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมของท้องถิ่นให้อยู่ต่อไปในรุ่นหลัง และเพื่อเผยแพร่ให้แก่บุคคลทั่วไปทราบทั้ง

ชาวไทยและชาวต่างชาติได้ทราบ และตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งนั้นๆ เพื่อให้เกิดวิถีวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

3) สมาชิกโฮมสเตย์ควรส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรภายในชุมชนให้มีความรู้ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด เช่น การอบรมด้านภาษาต่างประเทศให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้การออกแบบผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกให้มีความแปลกใหม่แต่ยังคงเอกลักษณ์โดยการใช้ทรัพยากรที่หาได้จากท้องถิ่น เป็นต้น

4) โฮมสเตย์ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ยังไม่ครอบคลุมอาจเนื่องมาจากข้อจำกัดทางด้านงบประมาณที่มีน้อย ดังนั้น ควรมีการเสนอของบประมาณจากหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวต่างๆ โดยนำมาดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มช่องทางส่งเสริมด้านการตลาดในทางการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์อย่างจริงจังจากหน่วยงานภาค รัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

5) โฮมสเตย์ควรจัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์ เพื่อทราบความต้องการ ปัญหา และแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงโฮมสเตย์ ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันระหว่างโฮมสเตย์ด้วยกันเอง และโฮมสเตย์กับรีสอร์ตหรือโรงแรมใกล้เคียง

6) การพัฒนาศักยภาพของโฮมสเตย์ควรมีการจัดสรรงบประมาณมาสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการสนับสนุนทางด้านงบประมาณทางการท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน หรือขอความร่วมมือจากหน่วยงานให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน เช่น การบำรุงรักษาบ้านพักโฮมสเตย์ การดูแลภายในชุมชนให้สวยงาม น่าอยู่ ร้านขายผลิตภัณฑ์ของฝากให้มีความน่าสนใจ เป็นต้น เพื่อรักษามาตรฐานของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และเกิดความยั่งยืน

5.4.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย

1) ควรศึกษาด้านความต้องการและการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์แต่ละแห่ง โดยดึงจุดที่เป็นเอกลักษณ์ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวออกมานำเสนอ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างคนในชุมชน หน่วยงานต่างๆ เช่น การ

ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงสถาบันการศึกษา เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2) การเก็บข้อมูลในส่วนของนักท่องเที่ยวได้ค่อนข้างลำบาก เนื่องจากโฮมสเตย์แต่ละแห่งไม่ได้มีนักท่องเที่ยวมาพักตลอดเวลา ทำให้ต้องใช้ระยะเวลาในการรวบรวมข้อมูล หรือได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ควรเพิ่มช่องทางในการเก็บข้อมูลให้มากขึ้นโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เคยมาพัก เช่น การส่งแบบสอบถามไปยังนักท่องเที่ยวตามที่อยู่ที่ได้บันทึกไว้ในสมุดบันทึกของโฮมสเตย์ เพื่อทราบปัญหา ความต้องการ และแนวทางการแก้ไข ตลอดจนความต้องการที่จะกลับมาพักซ้ำ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพโฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และเป็นการตรวจสอบยืนยันข้อมูลอีกช่องทางหนึ่ง

3) การพัฒนาและรักษามาตรฐานของโฮมสเตย์ไว้อย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาที่ได้รับรองมาตรฐาน ควรมีการติดตามและประเมินผลด้วยชุมชนเอง ว่ายังต้องมีการปรับปรุง พัฒนาส่วนไหนบ้าง โดยเริ่มจากการร่วมมือกันปรับปรุงและพัฒนาภายในชุมชนก่อน และจึงขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืนแก่ท้องถิ่น

4) ควรการศึกษาการส่งเสริมด้านการตลาดที่เหมาะสมกับโฮมสเตย์แต่ละแห่ง เนื่องจากโฮมสเตย์ในแต่ละแห่งมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เพื่อให้สอดคล้องกับการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม

5) ควรมีการศึกษารูปแบบที่เหมาะสมของกิจกรรมที่ทางโฮมสเตย์จัดขึ้น เน้นกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ไม่ใช่การศึกษาหรือเข้าชม แต่เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเป็นส่วนหนึ่งของผู้ผลิต โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจมากขึ้น

6) ควรมีการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปเผยแพร่และทำความเข้าใจ ชี้แจงผลของการวิจัยในครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางให้โฮมสเตย์ที่เป็นกลุ่มที่ศึกษานำไปใช้อย่างเป็นรูปธรรม และติดตามผล เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยในอนาคตต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2554). **กำหนดมาตรฐานบริการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พ.ศ. 2554.**
กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว.
- กรมการท่องเที่ยว. (2551). **แผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์พัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยว พ.ศ.2555– 2559.** กรุงเทพมหานคร: กรมการท่องเที่ยว.
- กรมการท่องเที่ยว. (2557). **รายชื่อโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ปี 2555 - 2558.** [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.tourism.go.th> (22 พฤษภาคม 2557).
- กรมการท่องเที่ยว. (2557). **ประวัติความเป็นมาของการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์.** [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.tourism.go.th> (22 พฤษภาคม 2557).
- กัญญา พงศ์จันทรเสถียร. (2555). **เที่ยวเมืองไทย.** [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www.sriayudhya.ac.th> (5 พฤษภาคม 2557)
- ขวัญหทัย สุขสมณะ. (2545). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรม ในอำเภอเมือง จังหวัด เชียงราย.** การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). **การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร :คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2545). **การตลาดธุรกิจบริการ.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- ชลิดา รินทร์พรหม และคณะ.(2550). **การศึกษาความยั่งยืนของโฮมสเตย์ในอีสานใต้.** นครราชสีมา: สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวนครราชสีมา.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2548). **การตลาดบริการ.** กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- ชวัลนุช อุทยาน. (2551). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** สาขาวิชาการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

- ชูวิทย์ ศิริเวชกุล. 2544. **จัดโฮมสเตย์อย่างไรไม่ให้ผิดทาง-แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท.**
 สัมมนาทางวิชาการ เอกสารประกอบ. 25 พฤษภาคม 2544 โรงแรมดิเอ็มเมอรัลล. กรุงเทพฯ.
- ณัฐชามณูช สุกวิทย์พันธ์. (2545). **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหา
 บัณฑิต นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตรพัฒนาการ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทวีลาภ รัตนราช. (2553). **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิง
 สัมผัสวัฒนธรรม ในรูปแบบโฮมสเตย์ ชุมชนบ้านคลองเรือ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร.**
 ปริญญาโท (การจัดการนันทนาการ) บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ทองย่น บุตรโสภาก. (2547). **การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาท่า
 ตำบลโฮมสเตย์ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมืองจังหวัดนครนายก.** วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์บัณฑิต
 สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นงลักษณ์ อยู่เย็นดี. (2546). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ ของ
 นักท่องเที่ยวชาวไทย.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นักรบ ระวีการณและคณะ. (2545). **คุณลักษณะที่พึงประสงค์นักท่องเที่ยว.** [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา
<https://www.stou.ac.th> (19 ธันวาคม 2555).
- นิตา ชัชกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. (2546). **กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา.** โครงการ
 เสริมสร้างความรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข (สรส.). กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พชระ พิพัฒน์โยธะพงศ์. (2547). **การจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ :
 กรณีศึกษา หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์.**
 กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- มนตรีรัช เกิดยิน. (2549). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในจังหวัดสมุทรสงครามของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ยุพาวรรณ วรรณวานิชย์. (2548). **การตลาดบริการ.ภาควิชาการตลาดคณะบริหารธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2555). **โฮมสเตย์**. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา www.ratchakitcha.soc.go.th (5 พฤษภาคม 2557)
- วินิตรา สีสพัฒนา และคณะ. (2554). **การพัฒนาชุมชนบ้านแม่สาใหม่ให้เป็นไปตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยเพื่อการให้บริการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วุฒิยา สาทรัมย์ และกนกวรรณ จันทร์เจริญชัย. (2554). **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ**. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และจริญญา เจริญสุขใส. (2544). **แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (หน่วยที่ 2)**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.(2546). **เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน**. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). **จำนวนผู้เยี่ยมเยือน จำแนกเป็นรายภาค และจังหวัด พ.ศ. 2549 – 2554**. (ระบบออนไลน์) แหล่งที่มา <http://www.nso.go.th> (15 มิถุนายน 2557).

- อนุชาปัญญาจันทร์. (2545). **การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบนพื้นที่สูง : กรณีศึกษาดำบล ช้างน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา**. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อภิรดี ไชยเทพ. (2549). **การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตป่าอนุรักษ์ : กรณีศึกษาชุมชนบ้านป่าเหมี้ยงอำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง**. การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อาคม อัจแสง. (2546). **ศักยภาพการพัฒนาที่อยู่อาศัยรูปแบบโฮมสเตย์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ :กรณีศึกษา เกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี**. กรุงเทพมหานคร : ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- Hatton, M.J. (1999). **Community-Based Tourism in the Asia-Pacific**. Ontario: School of MediaStudies at Humber College.
- Lovelock, Christopher H. and Wirtz, Jochen. (2007). **Services Marketing**, 6th ed. USA: Prentice-Hall.
- Love lock &Wirtz. (2010). **Service Marketing**. (6th). New Delhi: Prentice Hall.
- McIntosh, Robert W ;Goelder, Charles R ; & Ritchie, J.R. Brent. (1995). **Tourism Principles, Practices, Philosophies**. USA.

ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เข้าร่วมสัมมนา

ตาราง 1 รายชื่อผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงลึกกลุ่มผู้รู้ของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐาน

ในจังหวัดนครราชสีมา

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	นายเสมอ จินดาพงษ์	นายกสมาคม	สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา
2	นายอักษร แสนใหม่	ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา	สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัดนครราชสีมา
3	นางภาวนา ประจิตต์	ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย
4	นายรัชฤทธิ์ ปนารักษ์	พัฒนาการจังหวัดนครราชสีมา	สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
5	นายชัยศักดิ์ สุภรโกศิ	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	สำนักงานสาธารณสุข จังหวัดนครราชสีมา
6	นางยศพร อินทรารักษ์	ปลัด อบต.ไทยสามัคคี	อบต.ไทยสามัคคี อ.วังน้ำเขียว
7	นายเทียม ละอองกลาง	ผู้ใหญ่บ้าน	หมู่ 7 บ้านปราสาทใต้ ต.ธาร ปราสาท อ.โนนสูง
8	นายสมพร พรอันแสง	ผู้ใหญ่บ้าน	หมู่ 2 บ้านสุขสมบูรณ์ ต.ไทยสามัคคี อ.วังน้ำเขียว
9	นายประกอบ สายกระโทก	ผู้ใหญ่บ้าน	หมู่ 5 ต.โคกกระชาย อ.ครบุรี

ตารางที่ 2 รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยของกลุ่มผู้ปฏิบัติโฮมสเตย์บ้านปราสาท

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายจำลอง ชูชีพ	ส.อ.บ.ต.
2	นายบุญช่วย พรหมพิมาย	ประธานกรรมการ
3	นายสำรวม ฉิมกลาง	รองประธาน
4	นางสังวาล สัตยญาอรียาภรณ์	เลขานุการ
5	นายอุทัย ทักกลาง	เหรัญญิก
6	นายเทียม ละอองกลาง	ประชาสัมพันธ์
7	นางบุญจันทร์ ละมัยกลาง	กรรมการ
8	นายไพโรจน์ แนนกลาง	กรรมการ
9	นายสุภาพ แนนกลาง	กรรมการ
10	นางสมพงษ์ นาคปราสาท	กรรมการ
11	นางวิเชษฐ์ น้อยกลาง	กรรมการ
12	นายแสง ตรวจสูงเนิน	กรรมการ
13	นายจรัส แนนกลาง	กรรมการ
14	นางประนอม ละอองกลาง	กรรมการ

ที่มา: จากการประชุมกลุ่มย่อย วันศุกร์ ที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2557 เวลา 13.00-16.00 น.

ณ โฮมสเตย์บ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 3 รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยของกลุ่มผู้ปฏิบัติโฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นางบังอร พรอันแสง	ประธานกรรมการ
2	นางดอกไม้ แตรครบุรี	รองประธาน
3	นางศิริรัตน์ พัน	เลขานุการ
4	นางมานิต แท้มด่านกลาง	เหรัญญิก
5	นางประโพธิ์ ใบบัวเทศ	ประชาสัมพันธ์
6	นายสมพร พรอันแสง	ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 2 บ้านสุขสมบูรณ์
7	นางยศพร อินทรารักษ์	ปลัด อบต.ไทยสามัคคี
8	นางแววตา กระแจจันทร์	กรรมการ
9	นางบัวเรียม บัวนาค	กรรมการ
10	นางชม กิ่งสำโรง	กรรมการ
11	นางสำเนียง พรจันทร์แสง	กรรมการ
12	นางอุไร บุญช่วย	กรรมการ

ที่มา: จากการประชุมกลุ่มย่อย วันศุกร์ ที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2557 เวลา 13.00-16.00 น.

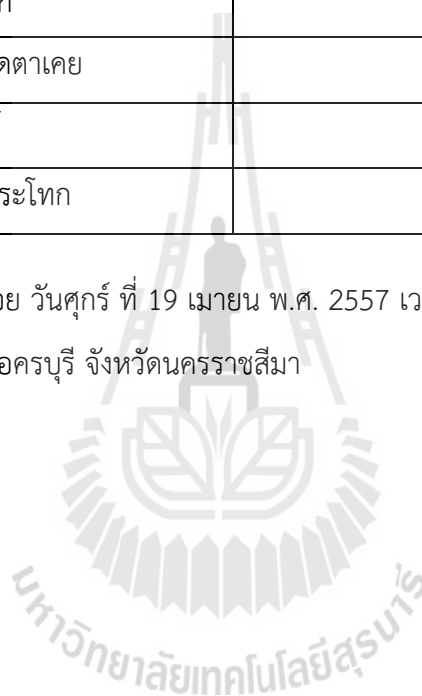
ณ โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 4 รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อยของกลุ่มผู้ปฏิบัติมาบkratโฮมสเตย์

ลำดับ	รายชื่อ	ตำแหน่ง
1	นายประกอบ สายกระโทก	ประธานกลุ่ม
2	นายณรงค์ ยี่นกระโทก	รองประธานกลุ่ม
3	นางดาวราย นากุด	เลขานุการ
4	นายยง ไสกระโทก	กรรมการ
5	นายบุญเหลือ บุคตาเคย	กรรมการ
6	นายสิน พินัยรัมย์	กรรมการ
7	นายวิเชียร แสงกระโทก	กรรมการ

ที่มา: จากการประชุมกลุ่มย่อย วันศุกร์ ที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2557 เวลา 13.00-16.00 น.

ณ มาบkratโฮมสเตย์ อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดนครราชสีมา



ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ (กลุ่มผู้รู้และผู้ปฏิบัติ)

การวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน (5 หน้า) ประกอบด้วย
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าสัมภาษณ์
 - ตอนที่ 2 ศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา
 - ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา
 - ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ
2. คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์แท้จริง โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
3. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสัมภาษณ์นี้จะเก็บเป็นความลับ การนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น

หากผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อข้าพเจ้าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุค์ณธสิริกุล สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี หมายเลขโทรศัพท์ 044-224342 หมายเลขโทรสาร 044-224521 และ E-mail kansukan@sut.ac.th

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุค์ณธสิริกุล)

สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้ารับการสัมภาษณ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 20 ปี

20 - 35 ปี

36 - 50 ปี

มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพ

โสด

สมรส

หม้าย / หย่า / ร้าง

4. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. ตำแหน่ง (โปรดระบุ).....

6. ระยะเวลาที่รับผิดชอบโฮมสเตย์.....จำนวน.....ปี

ตอนที่ 2 ศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/service)

2.1.1 โฮมสเตย์มีการจัดการด้านที่พักอย่างไร

- ลักษณะบ้านที่เป็นสัดส่วน (แบ่งพื้นที่นอนหรือต่อเติม)
- ที่พักที่นอนสะอาดและสบาย (ที่นอนและเครื่องป้องกันยุง เครื่องนอน ราวตากผ้าหรือที่เก็บเสื้อผ้า)
- ห้องอาบน้ำและห้องส้วมสะอาดมิดชิด (ความปลอดภัยและที่ลื่น ขนาดห้องน้ำและการถ่ายเทของอากาศ ชั้นอาบน้ำ น้ำสะอาด ถังขยะ)
- มีมุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน (มุมพักผ่อนสงบ สบาย บรรยากาศผ่อนคลาย รอบบ้านปราศจากขยะ)

2.1.2 ด้านอาหารและโภชนาการ

- ชนิดของอาหารและวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร (ปริมาณและประเภท ผลิตโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ปรุงสุกสุกหอมอร่อย)
- น้ำดื่มที่สะอาด (ที่เก็บน้ำและภาชนะเก็บมีฝาปิด น้ำผ่านกระบวนการทำความสะอาด)
- ภาชนะบรรจุอาหารที่สะอาด (ภาชนะที่เกี่ยวข้องกับอาหารสะอาด ไม่มีคราบและกลิ่นคาว)
- ห้องครัวและอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวถูกสุขลักษณะ (ลักษณะครัวและความสะอาด อุปกรณ์สะอาด สามารถป้องกันเชื้อโรคและสิ่งสกปรก การกำจัดขยะถูกสุขอนามัย)

2.1.3 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นของฝากของที่ระลึก (มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่ายโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก)
- ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (นำเอาความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดเป็นกิจกรรม เช่น ทอผ้า จักสาน การละเล่น การแสดงพื้นบ้าน)

2.2 ด้านราคา/ค่าใช้จ่าย (Price)

- ค่าที่พัก/ค่าอาหาร/ค่ากิจกรรม/ค่าของฝากของที่ระลึก

2.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (ช่องทางการติดต่อจองห้องพักหรือกิจกรรมต่างๆ)

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

- เอกสาร สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน (คู่มือ แผ่นพับ แผนที่การเดินทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ราคาและสถานที่ติดต่อ)
- การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (เป้าหมาย แผนงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับ กลุ่มเป้าหมายชัดเจน)
- อื่นๆเช่น โฆษณา การขายตรง การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขายการจัดกิจกรรม การออกโทรทัศน์

2.5 ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

- การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย(การแนะนำสมาชิกและกิจกรรม)
- การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ในวิถีชีวิตชุมชน (เช่น เอกสาร ภาพถ่าย พุดคุยเกี่ยวกับ วิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรมและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตของตนเอง)

2.6 ด้านกระบวนการ (Process)

2.6.1 ด้านความปลอดภัย

- การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น (มีแนวทางการช่วยเหลือ ยาสามัญ ประจำบ้าน (ยังไม่หมดอายุ) การซักถามโรคประจำตัวหรือบุคคลที่ติดต่อได้)
- การจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย (แจ้งกำนันผู้ใหญ่บ้าน จัดเวรยาม เครื่องมือสื่อสารมรการ ติดต่อ)

2.6.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

- รายการนำเที่ยวชัดเจน/ผ่านการยอมรับจากชุมชน(การวางแผนร่วมกับชุมชน โปรแกรมการท่องเที่ยวเผยแพร่สู่สาธารณะ)
- ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว (รายการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเลือกหลากหลายตาม ภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม)
- เจ้าของบ้านหรือมัคคุเทศน์ท้องถิ่นหรือประสานงานให้มัคคุเทศน์ท้องถิ่นนำเที่ยว(กลุ่มหรือ เจ้าของบ้านเป็นผู้นำเที่ยว มีการจัดทำสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ รูปภาพ ภาพวาด)

2.6.3 ด้านวัฒนธรรม

- การดำรงรักษาไว้เพื่อประเพณีท้องถิ่น (บ้านแสดงวัฒนธรรม การรวบรวมองค์ความรู้ แผน ของชุมชนและโรงเรียนในการฟื้นฟู อนุรักษ์ ถ่ายทอด ผู้แสดงมีส่วนร่วมในแผน)
- การรักษาวิถีชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ (เช่น ตักบาตร ทำบุญที่วัด)

2.6.4 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

- การรวมกลุ่มของชาวบ้าน (สมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด วัตถุประสงค์และวิธีการของโฮมสเตย์)
- คณะกรรมการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (การเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารงาน คณะกรรมการเข้าใจบทบาทของตน)
- กฎกติกาการทำงานของคณะกรรมการ(มีกฎ กติกา วาระการทำงาน การประชุมร่วมกัน มีการจัดสรรเงินรายได้เข้าส่วนกลาง แนวทางการทำงาน) หลักเกณฑ์การเปิดรับสมาชิก การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว รายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการ และราคาและแนวปฏิบัติในการจองบ้านพักและการชำระเงินล่วงหน้า
- การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม(การหมุนเวียนการให้บริการ บ้าน เรือ มัคคุเทศน์ การคิดราคา การจัดสรรรายได้เข้ากองทุนชุมชน)
- ระบบการจองล่วงหน้า/ลงทะเบียน/การมัดจำล่วงหน้าในอัตราส่วนที่กลุ่มกำหนด
- รายละเอียดค่าธรรมเนียมและบริการต่างๆที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน (รายคนหรือเหมาจ่าย ค่าที่พัก/ค่าอาหาร/ค่าน้ำเที่ยว

2.7 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)

- แหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง(แหล่งดึงดูดความสนใจ)
- การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว (ชุมชนมีกฎกติกาในการใช้ทรัพยากร มีกิจกรรมที่สัมพันธ์กับการฟื้นฟู อนุรักษ์ในหลายรูปแบบ)
- แผนงานหรือมาตรการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวและลดสภาวะโลกร้อน(องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชนและกลุ่มมีแผนงาน มาตรการ และแนวทางการกำจัดขยะอย่างถูกวิธี)
- กิจกรรมในการลดผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและลดโลกร้อน (เน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น กิจกรรมลดการสิ้นเปลืองพลังงาน)

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรค

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ (นักท่องเที่ยวน)

การศึกษาวิจัย เรื่องการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน)4 หน้า (ประกอบด้วย
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าสัมภาษณ์
 - ตอนที่ 2 ศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา
 - ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา
 - ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ
2. การตอบแบบสัมภาษณ์นี้ คำตอบของท่านมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ทุกข้อ ทุกตอน เพื่อให้การวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์แท้จริง โปรดตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง
3. ข้อมูลที่ท่านตอบแบบสัมภาษณ์นี้จะเก็บเป็นความลับ การนำเสนอผลการวิจัยจะเสนอในภาพรวมเท่านั้น

หากผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาหรือข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามชุดนี้ โปรดติดต่อข้าพเจ้าผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุค์ณศิริกุล สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี หมายเลขโทรศัพท์ 044-224342 หมายเลขโทรสาร 044-224521 และ E-mail kansukan@sut.ac.th

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูลไว้ ณ โอกาสนี้



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุค์ณศิริกุล)
สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้ารับการสัมภาษณ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

4. เพศ

ชาย

หญิง

5. อายุ

น้อยกว่า 20 ปี

20 - 35 ปี

36 - 50 ปี

มากกว่า 50 ปี

6. สถานภาพ

โสด

สมรส

หม้าย / หย่า / ร้าง

7. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษาหรือต่ำกว่า

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

8. จำนวนผู้ที่มาพัก.....คน

9. เหตุผลที่มาพัก (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/service)

2.3.1 โฮมสเตย์มีการจัดการด้านที่พักอย่างไร

- ลักษณะบ้านที่เป็นสัดส่วน (แบ่งพื้นที่นอนหรือต่อเติม)
- ที่พักที่นอนสะอาดและสบาย (ที่นอนและเครื่องป้องกันยุง เครื่องนอน ราวตากผ้าหรือที่เก็บเสื้อผ้า)
- ห้องอาบน้ำและห้องส้วมสะอาดมิดชิด (ความปลอดภัยและที่ลื่นตก ขนาดห้องน้ำและการถ่ายเทของอากาศ ชั้นอาบน้ำ น้ำสะอาด ถังขยะ)
- มีมุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน (มุมพักผ่อนสงบ สบาย บรรยากาศผ่อนคลาย รอบบ้านปราศจากขยะ)

2.3.2 ด้านอาหารและโภชนาการ

- ชนิดของอาหารและวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหาร (ปริมาณและประเภท ผลิตโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ปรุงสุกสุกหอมอร่อย)
- น้ำดื่มที่สะอาด (ที่เก็บน้ำและภาชนะเก็บมีฝาปิด น้ำผ่านกระบวนการทำความสะอาด)
- ภาชนะบรรจุอาหารที่สะอาด (ภาชนะที่เกี่ยวข้องกับอาหารสะอาด ไม่มีคราบและกลิ่นคาว)
- ห้องครัวและอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวถูกสุขลักษณะ (ลักษณะครัวและความสะอาด อุปกรณ์สะอาด สามารถป้องกันเชื้อโรคและสิ่งสกปรก การกำจัดขยะถูกสุขอนามัย)

2.3.3 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน

- ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นของฝากของที่ระลึก (มีผลิตภัณฑ์ชุมชนจำหน่ายโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นเป็นหลัก)
- ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (นำเอาความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดเป็นกิจกรรม เช่น ทอผ้า จักสาน การละเล่น การแสดงพื้นบ้าน)

2.4 ด้านราคา/ค่าใช้จ่าย (Price)

- ค่าที่พัก/ค่าอาหาร/ค่ากิจกรรม/ค่าของฝากของที่ระลึก

2.5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) (ช่องทางการติดต่อจองห้องพักหรือกิจกรรมต่างๆ)

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด/ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (Promotion)

- เอกสาร สิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชน (คู่มือ แผ่นพับ แผนที่การเดินทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ราคาและสถานที่ติดต่อ)
- การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ (เป้าหมาย แผนงาน การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายชัดเจน)
- อื่นๆเช่น โฆษณา การขายตรง การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขายการจัดกิจกรรม การออกเทอร์ตโซว์

2.5 ด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก (People)

- การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย(การแนะนำสมาชิกและกิจกรรม)
- การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ในวิถีชีวิตชุมชน (เช่น เอกสาร ภาพถ่าย พุดคุยเกี่ยวกับวิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรมและเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตของตนเอง)

2.8 ด้านกระบวนการ (Process)

2.8.1 ด้านความปลอดภัย

- การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น (มีแนวทางการช่วยเหลือ ยาสามัญประจำบ้าน (ยังไม่หมดอายุ) การซักถามโรคประจำตัวหรือบุคคลที่ติดต่อดี)
- การจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย (แจ้งกำนันผู้ใหญ่บ้าน จัดเวรยาม เครื่องมือสื่อสารมรการติดต่อ)

2.8.2 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

- รายการนำเที่ยวชัดเจน/ผ่านการยอมรับจากชุมชน(การวางแผนร่วมกับชุมชน โปรแกรมการท่องเที่ยวเผยแพร่สู่สาธารณะ)
- ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว (รายการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเลือกหลากหลายตามภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม)
- เจ้าของบ้านหรือมัคคุเทศน์ท้องถิ่นหรือประสานงานให้มัคคุเทศน์ท้องถิ่นนำเที่ยว(กลุ่มหรือเจ้าของบ้านเป็นผู้นำเที่ยว มีการจัดทำสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ รูปภาพ ภาพวาด)

2.8.3 ด้านวัฒนธรรม

- การดำรงรักษาไว้เพื่อประเพณีท้องถิ่น (บ้านแสดงวัฒนธรรม การรวบรวมองค์ความรู้ แผนของชุมชนและโรงเรียนในการฟื้นฟู อนุรักษ์ ถ่ายทอด ผู้แสดงมีส่วนร่วมในแผน)
- การรักษาวิถีชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ (เช่นตักบาตร ทำบุญที่วัด)

2.8.4 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

- การรวมกลุ่มของชาวบ้าน (สมาชิกมีความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด วัตถุประสงค์และวิธีการของโฮมสเตย์)
- คณะกรรมการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (การเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารงาน คณะกรรมการเข้าใจบทบาทของตน)
- กฎกติกาการทำงานของคณะกรรมการ(มีกฎ กติกา วาระการทำงาน การประชุมร่วมกัน มีการจัดสรรเงินรายได้เข้าส่วนกลาง แนวทางการทำงาน) หลักเกณฑ์การเปิดรับสมาชิก การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว รายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการ และราคา แนวปฏิบัติในการจองบ้านพักและการชำระเงินล่วงหน้า
- การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม(การหมุนเวียนการให้บริการ บ้าน เรือ มัคคุเทศน์ การคิดราคา การจัดสรรรายได้เข้ากองทุนชุมชน)
- ระบบการจองล่วงหน้า/ลงทะเบียน/การมัดจำล่วงหน้าในอัตราส่วนที่กลุ่มกำหนด
- รายละเอียดค่าธรรมเนียมและบริการต่างๆที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน (รายคนหรือเหมาจ่าย)

2.9 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Physical Evidence)

- แหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง(แหล่งดึงดูดความสนใจ)
- การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว (ชุมชนมีกฎกติกาในการใช้ทรัพยากร มีกิจกรรมที่สัมพันธ์กับการฟื้นฟู อนุรักษ์ในหลายรูปแบบ)
- แผนงานหรือมาตรการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวและลดสถานะโลกร้อน(องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชนและกลุ่มมีแผนงาน มาตรการ และแนวทางการกำจัดขยะอย่างถูกวิธี)
- กิจกรรมในการลดผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและลดโลกร้อน (เน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น กิจกรรมลดการสิ้นเปลืองพลังงาน)

ส่วนที่ 3 ปัญหาอุปสรรค.....

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสัมภาษณ์

ภาคผนวก ค ภาพประกอบการสัมมนา

การประชุมกลุ่มย่อยวันศุกร์ ที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2557 เวลา 9.00-12.00 น. ณ โฮมสเตย์บ้านปราสาท
อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา



การประชุมกลุ่มย่อยวันศุกร์ ที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2557 เวลา 9.00-12.00 น. ณ โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์
อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา



การประชุมกลุ่มย่อยวันศุกร์ ที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2557 เวลา 13.00-16.00 น. ณ มาบกราดโฮมสเตย์
อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครราชสีมา





ภาคผนวก ง หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจแบบสอบถาม

ที่ ศธ 5612 / 730



สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
111 ถนนมหาวิทยาลัย ต.สุรนารี
อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

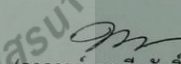
2 พฤศจิกายน 2555

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมืองานวิจัย ปีงบประมาณ 2556
เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ปภฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์

เนื่องด้วยในปีงบประมาณ 2556 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุกันธรสิริกุล ได้รับการจัดสรรงบประมาณจากสำนักงบประมาณ ภายใต้การพิจารณาจัดสรรโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช) โครงการวิจัย เรื่องการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา รวมระยะเวลา 1 ปี ขณะนี้ได้จัดทำร่างเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นเรียบร้อยแล้ว โดยขั้นตอนหนึ่งของการดำเนินการโครงการวิจัยนั้น จะต้องรับฟังคำแนะนำเครื่องมือดังกล่าวจากผู้ทรงคุณวุฒิ ในการนี้ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุกันธรสิริกุล ไครขอความอนุเคราะห์จากท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือดังกล่าว เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่จะทำให้เครื่องมือสำหรับงานวิจัยมีความสมบูรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

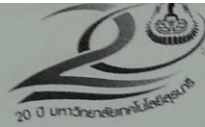
ขอแสดงความนับถือ


(อาจารย์ ดร.พิรศักดิ์ สิริโยธิน)

คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

สาขาเทคโนโลยีการจัดการ
โทรศัพท์ 044-224267, 044-224307
โทรสาร 044-224521

ที่ ศธ 5612 / 729



สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
111 ถ. มหาวิทยาลัย ต. สุรนารี
อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

๒ พฤศจิกายน 2555

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ตรวจสอบเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพ
การตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร. วีระพล ทองมา
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์

เนื่องด้วยในปีงบประมาณ 2556 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุคนธ์สิริกุล ได้รับการ
จัดสรรงบประมาณจากสำนักงบประมาณ ภายใต้การพิจารณาจัดสรรโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัย
แห่งชาติ (วช) โครงการวิจัย เรื่องการพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานใน
จังหวัดนครราชสีมา รวมระยะเวลา 1 ปี ขณะนี้ได้จัดทำร่างเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น
เรียบร้อยแล้ว โดยขั้นตอนหนึ่งของการดำเนินการโครงการวิจัยนั้น จะต้องรับฟังคำแนะนำเครื่องมือดังกล่าว
จากผู้ทรงคุณวุฒิ ในการนี้ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา สุคนธ์สิริกุล ใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน
เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือดังกล่าว เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ที่จะทำให้
เครื่องมือสำหรับงานวิจัยมีความสมบูรณ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.พีรศักดิ์ สิริโยธิน)
คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

สาขาเทคโนโลยีการจัดการ

โทรศัพท์ 044-224267, 044-224307

โทรสาร 044-224521