



Academic Article

การขับเคลื่อนประสิทธิภาพการบริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ใน ราชอาณาจักรไทย

ศรัญญา เนียมฉาย

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

อีเมล Saranyaa.niemchai@gmail.com

ระชานนท์ ทวีผล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

อีเมล Rachanon@ms.su.ac.th

ชิสณุพงศ์ ศิริโชตินิศากร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

อีเมล Chisnupong@ms.su.ac.th

The Efficiency Driving of Wellness Service of Wellness Homestay in Thailand

Saranya Niemchai

Faculty of Management Science, Silpakorn University

Corresponding author email: Saranyaa.niemchai@gmail.com

Rachanon Taweepol

Faculty of Management Science, Silpakorn University

E-mail: Rachanon@ms.su.ac.th

Chisnupong Sirichodnisakorn

Faculty of Management Science, Silpakorn University

E-mail: Chisnupong@ms.su.ac.th

Received: November 24, 2021

Revised: December 28, 2021

Accepted: December 29, 2021

Published: December 30, 2021

บทคัดย่อ

การขับเคลื่อนประสิทธิภาพการบริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ (Homestay) ในราชอาณาจักรไทย เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการนำไปใช้อย่างแท้จริง ต้องให้ความสำคัญกับหลาย ส่วนประกอบ ด้วยมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยและมาตรฐานโฮมสเตย์อาเซียน ซึ่งเป็นมาตรฐานในการขับเคลื่อนการบริการ ของโฮมสเตย์ ควบคู่กับมาตรฐานโฮมสเตย์เชิงสุขภาพะ กลไกในการขับเคลื่อนการสร้างมาตรฐานโฮมสเตย์เชิงสุขภาพซึ่ง ต้องได้รับความร่วมมือทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคธุรกิจ และภาคท้องถิ่น และต้องให้ความสำคัญกับหลักการ มีสุขภาพที่ดี ทั้ง 6 มิติ ให้มีความสมดุลกันทั้งด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านจิตวิญญาณ เพื่อเป็นการพัฒนาการบริการ เชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์อย่างมีคุณภาพ และมีการบริการที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งแนวทางพัฒนาการ บริการประกอบด้วยแนวทางพัฒนาการบริการทางกายภาพของบริการ ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ

ด้านการตอบสนองนักท่องเที่ยว ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และด้านความเข้าใจนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดเป็นมาตรฐานและตัวชี้วัดที่จะนำไปสู่มาตรฐานระดับประเทศและยกระดับการให้บริการสู่สากล สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการ

คำสำคัญ: การพัฒนาการบริการเชิงสุขภาพ, ธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์, ท่องเที่ยว, โฮมสเตย์เพื่อสุขภาพ, มาตรฐานโฮมสเตย์

Abstract

The Wellness Service Efficiency Driving of Homestays in Thailand to create a concrete development and bring benefits for implementation need to focus on homestay standards that consists of Thai homestay standards, ASEAN homestay standards and Healthy Homestay Standard. Mechanism set up to drive the creation of wellness homestay standards requires cooperation from government, the public sector, the business sector and the local sector. In addition, it needs to address the principles of good health in all 6 dimensions to be balanced physically, mentally and spiritually. In order to develop the wellness services of the homestay business need to focus on service quality. The service quality development approach consists of Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy for create a Homestay standard and indicators that will lead to national standards and international standard to make tourists believe in service.

Keywords: Development Wellness Service, Homestay Accommodation, Tourism, Wellness Homestay, Homestay Standard

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญในฐานะเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและช่วยรักษาเสถียรภาพของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงที่พักในประเทศไทย จะเห็นถึงการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอด มีการวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อยกระดับขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ (Wibowo & Aumeboonsuke, 2020) สำหรับตัวเลขคาดการณ์รายได้ประชาชาติ (Gross Domestic Product; GDP) ไทยในปี พ.ศ. 2564 ลดจาก 2.2% เหลือ 1% ขณะที่ GDP ในปี พ.ศ. 2565 คาดว่าจะเติบโตที่ 3.6% โดยคาดว่าจะอาจต้องใช้เวลาประมาณ 3 ปี ในการฟื้นตัว เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย มีสัดส่วนคิดเป็น 21-22% ของ GDP รวม

(Adebayo & Akinsola, 2021) และจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการฟื้นฟูที่ยาวนาน อีกทั้งการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้ (Sangchumnong & Kozak, 2021) หากพิจารณาการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) นับได้ว่าเป็นหนึ่งในธุรกิจสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น (Chirakalwasan et al., 2020) เนื่องจากประเทศไทยที่ถูกมองว่าเป็น Medical Hub ของภูมิภาคเอเชียที่เกี่ยวข้องกับการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพ (Medical Segment) (Marohabutr, 2020) โดยได้มีการคาดการณ์การท่องเที่ยวงานสุขภาพมีรายได้ในปี พ.ศ. 2563 โดยประมาณ 808 พันล้านดอลลาร์ภายในปี พ.ศ. 2563 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 7.5 ต่อปี (Lin & Schmid, 2020) เนื่องจากระบบการแพทย์ของประเทศไทยมีประสิทธิภาพทันสมัย มีจิตใจพร้อมบริการและความใส่ใจ

ใจนักท่องเที่ยว ตลอดจนการกำหนดค่ารักษาพยาบาลที่สมเหตุสมผลกับการบริการที่ได้รับ อาหารไทยที่ประกอบด้วยสมุนไพรหลายชนิดที่ดีต่อสุขภาพ แพทย์แผนไทย และนวดแผนไทย จึงเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และใช้บริการเชิงการแพทย์ของไทย ประเทศไทยจึงให้ความสนใจไปในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อเป็นแผนหลักในการขับเคลื่อนและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ในช่วงปี พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา ได้เกิดการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโควิด-19 (COVID-19) ที่ทำให้สถานการณ์โลกเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากสภาพแวดล้อมภายนอกระดับมหภาค ส่งผลกระทบร้ายแรง ไม่ว่าจะเป็นในด้านสุขภาพะ ด้านเสถียรภาพทางการเมือง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อมโยงไปถึงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการดำรงชีวิตของมนุษย์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันทั้งส่วนพฤติกรรมและสภาพแวดล้อม มนุษย์จึงเรียนรู้ที่จะเปลี่ยนเพื่อการปรับตัว จึงเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่าง และหลายพฤติกรรมจะอยู่ถาวรกลายเป็นชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) อาทิ พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตมากขึ้น การเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) (Okada et al., 2020) และที่สำคัญคือการดูแลสุขภาพมากขึ้น ทั้งในด้านสุขภาพและสุขภาพอนามัย จะเห็นได้ว่ามนุษย์มีพฤติกรรมใช้หน้ากากอนามัย เจลแอลกอฮอล์ และการล้างมือ อีกทั้งยังใส่ใจสุขภาพด้วยการออกกำลังกายมากขึ้น รวมไปถึงสร้างสมดุลชีวิต ระหว่างเวลาส่วนตัว การงาน และสังคมให้สมดุลมากยิ่งขึ้น (Casper Ferm & Thaichon, 2021) อย่างไรก็ตามการแก้ไขปัญหา การเร่งพัฒนาสิ่งใหม่ และมองหาโอกาสใหม่ ๆ (Disruption) โดยเริ่มจากการต่อยอดกิจกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันเดิม ควบคู่กับสร้างสรรคกิจกรรมใหม่ ๆ ที่คาดว่าจะมีความต้องการเพิ่มขึ้น ซึ่งในอนาคตภาคการท่องเที่ยวต้องเน้นการขายกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติในภูมิภาคให้

หลากหลายมากขึ้น ในยุคหลังโควิด-19 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยควรยกระดับรูปแบบการท่องเที่ยว 3 กลุ่ม คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสชีวิตคนท้องถิ่น และการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการทำงาน เพื่อสร้างรายได้ที่มีเสถียรภาพและกระจายตัวสมดุลขึ้น ทั้งนี้ความนิยมในเรื่องการดูแลสุขภาพหรือสุขภาพ (Wellness) เข้ามาอยู่ในความสนใจ ทำให้หลายธุรกิจหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพเพราะมั่นใจว่า สุขภาพจะเป็นกระแสสำคัญของผู้คนทั่วโลก ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีค่าใช้จ่ายต่อทริปสูงถึงประมาณ 80,000-120,000 บาท และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจไทยสูงกว่า 80% ของรายได้ที่ได้รับ (Bhongchirawattana, 2021) สำหรับประเทศไทยในเรื่องของการสนับสนุนเกี่ยวกับที่พักเชิงสุขภาพนั้นได้ให้ความสำคัญไปในระดับชุมชนคือ โฮมสเตย์ เนื่องจากการประกอบธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์สามารถสร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวมีกระแสความต้องการที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวพื้นเมืองที่มีวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว จึงทำให้ที่พักในรูปแบบโฮมสเตย์ เป็นที่นิยม (Al-Laymoun et al., 2020) เนื่องจากตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับชุมชน ทำให้การเข้าพักที่โฮมสเตย์ได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติ ชุมชน และวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณี ชิมช้บเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมพร้อมกับการได้เข้าถึงแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ (Escolar-Jimenez, 2020) โดยการพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์นั้น ในปี พ.ศ. 2562 กรมการท่องเที่ยว ได้เริ่มจัดดำเนินการพัฒนาศักยภาพโฮมสเตย์ที่ผ่านมาตรฐานกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นต้นแบบโฮมสเตย์เชิงสุขภาพะ หรือสุขภาพ (Healthy Homestay) ในจังหวัดท่องเที่ยวชั้นนำ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน พร้อมให้บริการและจัดการด้านสุขภาพแก่ผู้มารับบริการและนักท่องเที่ยว โดยนำเอาจุดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของ

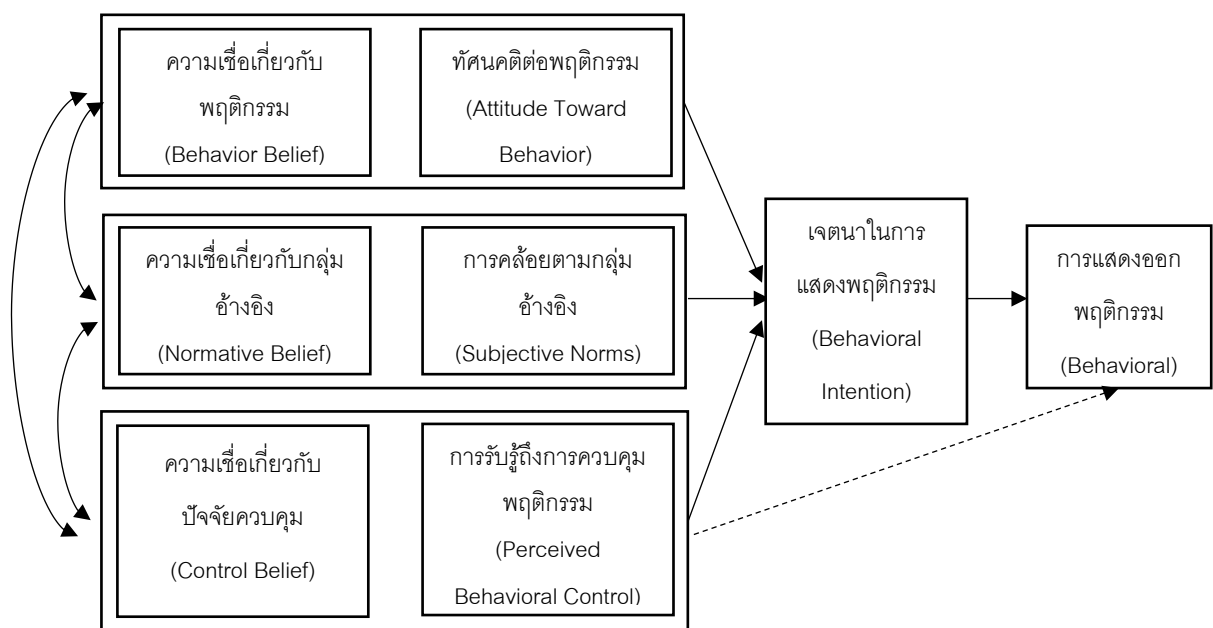
ท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่มาประยุกต์ในการบริการ (Takran et al., 2017) ครอบคลุมถึงการสร้างความสุขแบบสมบูรณ์ที่ครอบคลุมสภาวะของความทุกข์ทั้งทางด้านกายภาพ (Physical) ด้านจิตใจ (Mental) อารมณ์ (Emotional) ด้านจิตวิญญาณ (Intellectual) ด้านสังคม (Social) และด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) เพื่อเพิ่มคุณค่าและกลไกการบริหารจัดการโฮมสเตย์ (Homestay Mechanism) โดยการสร้างมาตรฐานและเกณฑ์ตัวชี้วัดโฮมสเตย์เชิงสุขภาพสำหรับราชอาณาจักรไทย สร้างความพร้อมที่จะเป็นแกนนำในการพัฒนาโฮมสเตย์อื่น ๆ สู่การเป็นโฮมสเตย์เชิงสุขภาพที่มีมาตรฐานต่อไป อีกทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) และกระตุ้นให้กลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์เกิดแนวความคิดการพัฒนาและยกระดับโฮมสเตย์ของตนเองไปสู่มาตรฐานการบริการที่สูงขึ้น สามารถสร้างต้นแบบการบริหารจัดการโฮมสเตย์ให้มีศักยภาพในการพัฒนาที่พักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องสุขภาพ การบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลือกใช้บริการที่พักที่ผ่านการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และเข้ามาศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์

เพื่อสังเคราะห์แนวทางและกลไกในการเพิ่มประสิทธิภาพการบริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ในราชอาณาจักรไทย

พฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior; TPB)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพนั้น ผู้เขียนให้ความสำคัญกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เป็นทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม (Social Psychology) ที่มีแนวคิดอยู่บนพื้นฐานว่าพฤติกรรมของมนุษย์เป็นการกระทำที่มีเป้าหมาย (Goal-Directed) เป็นการกระทำที่วางแผนหรือตั้งใจไว้โดยมีพฤติกรรมของมนุษย์จำนวนมากที่เป็นการกระทำที่สามารถควบคุม (Volitional Control) ที่จะทำหรือไม่ทำก็ได้ (Ajzen & Fishbein, 1975) โดยมนุษย์เป็นผู้มีเหตุผล การกระทำหรือแสดงพฤติกรรมทุกอย่างของมนุษย์จึงเกิดจากไตร่ตรองอย่างมีวิจารณญาณและข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนลงมือกระทำหรือไม่กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยมีปัจจัย “การรับรู้ถึงการควบคุมพฤติกรรม” (Perceived Behavioral Control; PBC) ของตนเองในการแสดงพฤติกรรมใด ๆ แสดงดังรูปที่ 1 (Ajzen & Fishbein, 1980)



รูปที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior; TPB)

จากรูปที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานของทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน เริ่มจากความตั้งใจมีความสำคัญในการกำหนดการกระทำพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ การแสดงพฤติกรรมของมนุษย์จะเกิดจากการขึ้นนำโดยความเชื่อ 3 ประการ ได้แก่

1. ความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavioral beliefs) ที่มีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับพฤติกรรมของบุคคลที่มีต่อความคาดหวังของการแสดงพฤติกรรมนั้น ถ้าบุคคลมีความเชื่อว่าการกระทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้รับผลทางบวก จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติเชิงบวกต่อพฤติกรรมนั้น ในทางกลับกันหากเชื่อว่า ถ้าทำพฤติกรรมนั้นแล้วจะได้รับผลในทางลบ จะมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติเชิงลบต่อพฤติกรรมนั้น (Attitude toward the behavior) แสดงถึงความรู้สึกความเชื่อความคิดเห็นในการประเมินผลทางบวกหรือทางลบของบุคคลต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ และเมื่อมีทัศนคติทางบวกก็จะเกิดเจตนาหรือตั้งใจ (Intention) ที่จะแสดงพฤติกรรมนั้น จากงานวิจัยของ Phansaita (2021) เสนอโมเดลเชิงสาเหตุของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเจตคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง มีอิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมีเจตคติและการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงร่วมกัน อธิบายความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ

2. ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง (Normative belief) หากบุคคลพบเห็นหรือรู้ว่าบุคคลกลุ่มอ้างอิงที่มีอิทธิพลต่อตัวเองได้ทำพฤติกรรมนั้น ก็มีแนวโน้มที่จะคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง (Subjective norms) ซึ่งเป็นการรับรู้ถึงอิทธิพลของบุคคลอื่น ๆ ที่มีผลต่อความเชื่อและแรงจูงใจ ที่จะคล้อยตามว่าให้ทำหรือไม่ทำพฤติกรรมนั้น ๆ โดยบุคคลดังกล่าวจะต้องเป็นบุคคลที่มีความสำคัญต่อบุคคลนั้น ๆ สอดคล้องกับ Lee et al. (2012) ที่ศึกษาความตั้งใจของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในการเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี ที่ใช้การ

วิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง เพื่อทดสอบมิติการท่องเที่ยว 2 มิติ คือ การดูแลสุขภาพ (Health treatment) และการดูแลความงาม (Beautification treatment) ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงกับความตั้งใจในการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมากที่สุด รองลงมาคือ เจตคติและการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรมตามลำดับ

3. ความเชื่อเกี่ยวกับปัจจัยควบคุม (Control belief) จะเกี่ยวข้องกับรับรู้ของบุคคลว่ามีปัจจัยต่าง ๆ เพียงพอหรือไม่ที่จะส่งเสริม หรือขัดต่อการกระทำพฤติกรรมนั้น ๆ ซึ่งความเชื่อเกี่ยวกับการควบคุมนี้จะเป็นตัวกำหนดการรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (Perceived behavioral control) เป็นการรับรู้ของบุคคลจะพิจารณาว่าเป็นการยากหรือง่ายที่จะทำพฤติกรรมนั้น ๆ และยังมี ความเกี่ยวข้องกับความสามารถที่ตนเองจะกระทำและสามารถควบคุมพฤติกรรมต่าง ๆ ได้หรือไม่ ถ้าบุคคลเชื่อว่ามี ความสามารถที่จะกระทำพฤติกรรมในสภาพการณ์นั้นได้ และสามารถควบคุมให้เกิดผลดังตั้งใจนักท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมนั้น อาทิ หากนายดำไปเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และนายดำมั่นใจว่าสามารถที่จะทำกิจกรรมเชิงสุขภาพในแหล่งท่องเที่ยวนี้ได้โดยที่ไม่มีความวิตกกังวล นายดำก็มีแนวโน้มที่จะทำกิจกรรมเชิงสุขภาพนั้น

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน แสดงให้เห็นถึงการให้ความสนใจที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้ การกระทำและความตั้งใจกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น หากนายดำเชื่อว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะช่วยทำให้ร่างกายแข็งแรงและมีสุขภาพที่ดี นายดำก็จะเจตคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในทางตรงกันข้ามหากนายดำเชื่อว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะทำให้ได้รับอันตรายจากการรับบริการนวด ประคบ การเล่นโยคะ นายดำก็จะเจตคติที่ไม่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งความเชื่อเหล่านี้ถือเป็นการเชื่อเด่นชัด (Salient

Belief) บุคคลจะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมานั้น ล้วนได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ของการแสดง พฤติกรรมของมนุษย์จะได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจ และนำไปสู่การกระทำพฤติกรรมของบุคคล สิ่งที่มีอิทธิพลต่อ ความตั้งใจแสดงพฤติกรรมนั้น โดยเชื่อว่าการกระทำ พฤติกรรม ของบุคคลขึ้นอยู่กับความเชื่อของบุคคล 3 ประการ คือ ความเชื่อเกี่ยวกับเจตคติต่อพฤติกรรม ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง และความเชื่อเกี่ยวกับ ความสามารถในการควบคุม โดยการรับรู้ถึงการควบคุม พฤติกรรมยังมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมมนุษย์ด้วย บุคคลจะกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ออกมาล้วนได้รับอิทธิพล จากปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจและนำไปสู่การ กระทำพฤติกรรมของบุคคล ซึ่งแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรม ตามแผนเป็นทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาความตั้งใจของการแสดง พฤติกรรมได้อย่างครอบคลุม สามารถนำมาใช้คาดการณ์ การแสดงพฤติกรรมของบุคคลได้ โดยการกระทำพฤติกรรม ของบุคคลมีความสอดคล้องกับความเชื่อเกี่ยวกับพฤติกรรม ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง และความเชื่อเกี่ยวกับ ความสามารถในการควบคุม ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนั้นจะส่งผลต่อ ความตั้งใจกระทำพฤติกรรมและนำไปสู่การกระทำ พฤติกรรมในที่สุด (Ajzen, 1991)

ธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์

ที่พักประเภทโฮมสเตย์มีรูปแบบการเข้าพักที่นักท่องเที่ยว จะ ได้เรียนรู้ สัมผัสวิถีชีวิต ทัศนียภาพ น้ำใจไมตรี ของคนไทย รวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ ท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการเรียนรู้ และร่วมกิจกรรมการ ท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงศักยภาพด้าน สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี (Pamwell, 2018) การพัฒนาโฮมสเตย์ให้เป็นที่ นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวสามารถสร้างผลประโยชน์อย่าง มหาศาลในอนาคต อีกทั้งยังสามารถตอบสนองความ ต้องการรูปแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยได้เป็น อย่างดี (Charoonnimmam & Tantakool, 2019) เนื่องจาก เป็นที่พักที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าปริมาณ โดยนำเสนอคุณค่าของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในชุมชน

(Songsonthonwong et al., 2017) อีกทั้งชุมชนจะยังเข้ามา มีบทบาทเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างชัดเจนในทุก กระบวนการ จะเห็นได้ว่าในท้องถิ่นแต่ละภูมิภาคของ ประเทศไทยนั้นจะมีเสน่ห์และเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งใน ความเรียบง่ายของชีวิตประจำวัน การประกอบอาชีพที่อยู่ กับธรรมชาติ จึงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากต่างถิ่น ต่างแดน ต่างวัฒนธรรมต้องการเข้ามาสัมผัสวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ร่วมทำกิจกรรมผ่านการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของชุมชน (Blamey, 2001) โดยในปี พ.ศ. 2563 กรมการท่องเที่ยวได้ ประกาศรายชื่อโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐาน ประจำปี พ.ศ. 2563 จำนวน 52 แห่ง 295 โดยการรับรองมาตรฐาน โฮมสเตย์ไทย มีระยะเวลา 3 ปี และสำหรับโฮมสเตย์ที่ได้ รับรองมาตรฐานโฮมสเตย์อาเซียนในปี พ.ศ. 2564 มีจำนวน 12 แห่ง

เมื่อองค์การระดับประเทศทั้งภาครัฐและเอกชนได้เห็นถึง ความสำคัญของที่พักประเภทโฮมสเตย์จะสามารถพัฒนา ชุมชนและคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนได้ จึงได้มีการสร้าง มาตรฐานเพื่อยกระดับการให้บริการทั้งในระดับประเทศ และอาเซียน สำหรับภูมิภาคอาเซียน การกำหนดแนวคิด การทำโฮมสเตย์ได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือในการ พัฒนาชนบทในหลายประเทศในอาเซียน สามารถยกระดับ คุณภาพชีวิตในท้องถิ่นผ่านการสร้างรายได้ สนับสนุน วัฒนธรรมท้องถิ่น ธุรกิจศิลปะและหัตถกรรม ส่งเสริมการ พึ่งพู่สถานที่ในท้องถิ่นและประวัติศาสตร์ และการอนุรักษ์ ธรรมชาติผ่านการศึกษาร่วมของชุมชน (Pradhan, 2017) ในขณะที่การกำหนดแผนยุทธศาสตร์เรื่องการจัดทำ มาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียนในด้านมาตรฐานโฮมสเตย์ ของอาเซียน (ASEAN Homestay Standard) โดยมาตรฐาน โฮมสเตย์ในปี ค.ศ. 2015 ได้มีการพัฒนามาตรฐาน โฮมสเตย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้พักอยู่กับครอบครัวของ เจ้าบ้านและสัมผัสวิถีชีวิตประจำวันของครอบครัวและชุมชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐาน เกณฑ์ 9 ด้าน ประกอบด้วย ด้านกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านที่พัก ด้านกิจกรรม ด้านการจัดการ ด้านสถานที่ ด้านสุขอนามัย และความสะดวก ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง

ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และด้านความยั่งยืน สำหรับประเทศไทยกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ส่งผลให้มีการขยายตัวของพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่นับวันจะนิยมการท่องเที่ยวประเภทนี้มากขึ้น ดังนั้นสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง ได้จัดทำ “ตัวชี้วัดคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” ขึ้นเพื่อให้โฮมสเตย์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่คงความเป็นเอกลักษณ์และสามารถเชื่อมโยงกับกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การผลิตสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดรายได้เสริมให้แก่ชุมชน และเกิดความภาคภูมิใจในวิถีชีวิต โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานเกณฑ์ 10 ด้าน คือ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย อธิปไตยไม่ตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน ด้านรายการนำเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม ด้านรายได้เสริม และการเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ และด้านการประชาสัมพันธ์

กรมการท่องเที่ยว ได้วางทิศทางการพัฒนาศักยภาพโฮมสเตย์ที่ผ่านมาตรฐานกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นต้นแบบ Healthy homestay โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและพัฒนาโฮมสเตย์ด้วยมาตรฐานในการให้บริการด้านสุขภาพแก่ผู้มารับบริการและนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นการยกระดับการบริหารจัดการโฮมสเตย์

ให้มีศักยภาพในการพัฒนาที่พัก ให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไป พร้อมทั้งได้จัดทำมาตรฐาน Healthy homestay เพื่อใช้เป็นมาตรฐานการพัฒนาและยกระดับโฮมสเตย์ ให้เป็น Healthy homestay ในระดับประเทศได้ ซึ่งประกอบด้วยมาตรฐาน 5 ด้าน คือ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านรายการนำเที่ยว และด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่สำหรับสำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขได้ให้คำจำกัดความและจัดทำมาตรฐานของ Healthy homestay ประกอบด้วยมาตรฐาน 9 ด้าน คือ ด้านการจัดการบ้านพักและสภาพแวดล้อมบริเวณบ้าน การจัดการน้ำดื่ม การจัดการน้ำใช้ การสุขาภิบาลอาหาร การจัดการห้องน้ำ-ห้องส้วม การจัดการขยะมูลฝอย การจัดการน้ำเสีย ครัวเรือน การจัดการด้านความปลอดภัย การมีส่วนร่วมของชุมชน และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

อย่างไรก็ตามที่พักประเภทโฮมสเตย์ ถือเป็นรูปแบบที่พักที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมของคนในชุมชน และยังเป็นธุรกิจที่สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้มีรายได้ มีอาชีพ เพื่อที่จะทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น หน่วยงานในระดับประเทศจึงควรต้องให้ความสนใจเพื่อมาตรฐานสำหรับที่พักประเภทโฮมสเตย์ โดยงานวิจัยที่ผ่านมามีการใช้มาตรฐานโฮมสเตย์ ตามตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การสังเคราะห์มาตรฐานสำหรับที่พักประเภทโฮมสเตย์ (Synthesis of standard for homestay)

Jantarakast (2020)	Jutatip and Rungarun (2021)	Thanvisitthpon (2021)	Sakulrat (2020)
1. ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม	1. ด้านที่พัก	1. ด้านที่พัก	1. ด้านที่พัก
2. ด้านวัฒนธรรม	2. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่	2. ด้านอาหารแลเครื่องดื่ม	2. ด้านอาหารแลโภชนาการ
3. ด้านที่พัก	3. ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	3. ด้านความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย	3. ด้านความปลอดภัย
4. ด้านอาหาร	4. ด้านการจัดการและบริการ	4. ด้านการบริการของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัว	4. ด้านอภยาศัยไม่ตรีของเจ้าของบ้าน
5. ด้านความปลอดภัย	5. ด้านสภาพแวดล้อม		5. ด้านวัฒนธรรม
			6. ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

ตารางที่ 1 (ต่อ)

Jantarakast (2020)	Jutapit and Rungarun (2021)	Thanvisitthpon (2021)	Sakulrat (2020)
6. ด้านอรรถศาสตร์ไม่ตรี ของเจ้าของบ้านและ สมาชิกในครัวเรือน 7. ด้านการท่องเที่ยว 8. ด้านรายได้เสริมและ การเชื่อมโยงธุรกิจ ชุมชน 9. ด้านการบริหารของ โฮมสเตย์ 10. ด้านการ ประชาสัมพันธ์	6. ด้านมูลค่าเพิ่ม 7. ด้านการส่งเสริมด้าน ส่งเสริมการตลาดและ การประชาสัมพันธ์	5. ด้านกิจกรรมสำหรับ นักท่องเที่ยว 6. ด้านสภาพสิ่งแวดล้อม 7. มรดกวัฒนธรรมและ การดำรงชีพ 8. การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ในท้องถิ่น 9. การดำเนินงานและ การจัดการโฮมสเตย์ 10. การตลาดและการส่งเสริม การขาย	7. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม 8. ด้านรายการนำเที่ยว 9. ด้านการสร้างคุณค่าและ มูลค่าของผลิตภัณฑ์ 10. ด้านประชาสัมพันธ์

จากตารางที่ 1 พบว่า มาตรฐานสำหรับที่พักประเภทโฮมสเตย์ในปี พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญกับมิติที่สำคัญ 10 ด้าน ที่เกิดจากการบูรณาการของมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยและอาเซียน ประกอบด้วย ด้านที่พักด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านอรรถศาสตร์ไม่ตรีของเจ้าของบ้านด้านวัฒนธรรม ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านรายการนำเที่ยว ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ด้านประชาสัมพันธ์

สำหรับธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์นั้นได้มีมาตรฐานสำหรับที่พักประเภทโฮมสเตย์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเข้าพักของผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการสำหรับการบริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์อีกด้วย เพื่อเป็นการยกระดับด้านการบริการของผู้ให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่มาใช้บริการ

ด้านคุณภาพการบริการสำหรับการบริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์

คุณภาพการบริการ (Service quality) คือ การทำความเข้าใจจุดเริ่มต้นของคุณภาพการบริการและพัฒนาศักยภาพในการ

แข่งขัน และยังมีมีความสำคัญในการเข้ามามีบทบาทเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างมากในการบริหารจัดการที่พักในรูปแบบโฮมสเตย์ ค่านิยมของแต่ละโฮมสเตย์ได้ให้ความสำคัญต่อนักถึงความสำคัญเป็นอย่างมากต่อความสำเร็จของการให้บริการ คุณภาพบริการจึงเป็นแนวคิดหนึ่งที่ถูกนำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการวัดสมรรถนะและประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของโฮมสเตย์มากขึ้นเป็นลำดับโดยมุ่งให้ความสำคัญกับประเด็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ (Demir et al., 2020) เนื่องจากคุณภาพบริการมีส่วนในการสร้างคุณค่าตราสินค้าจากความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการ โดยความพึงพอใจเกิดได้จากความประทับใจในการได้รับบริการที่ตรงหรือเหนือความคาดหวัง คุณภาพการบริการเป็นมโนทัศน์ในการประเมินของนักท่องเที่ยว โดยทำการเปรียบเทียบระหว่างบริการที่คาดหวังกับการบริการที่รับรู้จริงจากผู้ให้บริการ หากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง จะส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพการบริการ ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก (Klongthong et al., 2020)

การวัดคุณภาพการบริการ หมายถึง การวัดช่องว่างของความคาดหวังในการรับบริการของนักท่องเที่ยวกับบริการที่ได้รับ ดังนั้นการประเมินคุณภาพการบริการ คือ การวัดความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง ความพึงพอใจ และคุณค่าที่เกิดขึ้นแก่นักท่องเที่ยวตามตัวแบบที่ใช้วัดคุณภาพการบริการ สำหรับหลักการวัดที่ได้รับความนิยมและใช้อย่างแพร่หลาย ได้แก่ ผลงานของ Parasuraman et al. (1988) อธิบายถึงการประเมินคุณภาพการบริการโดยอาศัยการพื้นฐานการรับรู้ของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการบริการที่เหมาะสม ผลงานความคิดและการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพ SERVQUAL ของ Zeithaml et al. (1990) ได้มาจากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างคุณภาพการบริการ ในระยะเริ่มแรก Parasuraman et al. (1988) ได้มีการกำหนดมิติที่ใช้วัดคุณภาพในการบริการ (Dimension of Service Quality) ไว้ซึ่งในระยะเริ่มแรก (Zeithaml et al., 1990) ได้มาจากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสร้าง

คุณภาพการบริการ การรับรู้ขึ้นอยู่กับประเพณี ผู้รับบริการหรือลูกค้าและปัจจัยกำหนด คุณภาพการบริการ ในการพัฒนาเครื่องมือวัดคุณภาพ SERVQUAL นั้น ได้มีการกำหนดมิติที่ใช้วัดคุณภาพในการบริการไว้ 5 มิติ ประกอบด้วย (1) ลักษณะทางกายภาพของบริการ (Tangibles) (2) ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) (3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) (4) การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) (5) ความเข้าถึงจิตใจลูกค้า (Empathy)

ในขณะที่มิติคุณภาพงานบริการสำหรับการบริการของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ ที่มีรูปแบบการบริการที่ต้องมีการให้ความสนใจในตัวนักท่องเที่ยวที่สูงนั้น การวัดมิติคุณภาพบริการมีวิธีการวัดระดับ (SERVQUAL) ประกอบด้วยหลายปัจจัยสามารถสรุปตามตารางที่ 2 ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 การสังเคราะห์มิติคุณภาพบริการสำหรับการบริการของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ (Synthesis of service quality dimensions for homestay)

Jetsadarat and Laohavichien (2020)	Srichai et al. (2020)	Praveen and Kumara (2020)	Ali et al. (2021)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ความเชื่อถือไว้วางใจ 2. การตอบสนองต่อลูกค้า 3. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 4. การรู้จักและเข้าใจ 5. การเข้าถึงจิตใจลูกค้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลักษณะทางกายภาพของบริการ 2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3. การตอบสนองต่อลูกค้า 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5. ด้านการเอาใจใส่ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลักษณะทางกายภาพของบริการ 2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3. การตอบสนองต่อลูกค้า 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5. การเข้าถึงจิตใจลูกค้า 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลักษณะทางกายภาพของบริการ 2. ความเชื่อถือไว้วางใจได้ 3. การตอบสนองต่อลูกค้า 4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า 5. ความเข้าถึงจิตใจลูกค้า

จากตารางที่ 2 พบว่า การวัดระดับคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ ในปี พ.ศ. 2563 จนถึงปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญกับมิติที่สำคัญ 5 ประการ คือ

มิติที่ 1 ลักษณะทางกายภาพของบริการ (Tangibles) สินค้าหรือบริการที่สามารถจับต้องได้ลักษณะทางกายภาพ

(Physical facilities) ที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ สถานที่ (Place) บุคลากร (Personnel) อุปกรณ์เครื่องมือ (Equipment) เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารและสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้

ผู้รับบริการรู้สึกว่าการดูแลจากผู้ให้บริการ ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการ

มิติที่ 2 ความเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) เป็นคำมั่นสัญญาในมาตรฐานการให้บริการตามที่ต้องถูกต้องเที่ยงตรง เหมาะสม วางใจได้ สม่ำเสมอ และได้ผลออกมาเช่นเดิมในทุกจุดของบริการ

มิติที่ 3 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การบริการต้องมีความเต็มใจรวมทั้งความพร้อมในการช่วยเหลือลูกค้าและให้บริการที่รวดเร็ว ทันใจ ความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ

มิติที่ 4 การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance) หมายถึง การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้าในด้านผู้ให้บริการที่มีศักยภาพ มีทักษะความรู้ ความสามารถในการให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการด้วยความสุภาพ นุ่มนวล อธิบายไม่ตรีที่ดี และมีกริยามารยาทที่ดี

มิติที่ 5 ความเข้าใจจิตใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ผู้ให้บริการต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า การดูแลเอาใจใส่ตามความความต้องการเฉพาะของผู้รับบริการแต่ละราย ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของผู้รับบริการแต่ละคน

จากการทบทวนวรรณกรรมด้านคุณภาพการบริการสำหรับการบริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่פקประเภทโฮมสเตย์ ถือเป็นสิ่งที่มีความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่คาดหวังถึงคุณภาพของการบริการที่ได้รับในการมาใช้บริการโฮมสเตย์เชิงสุขภาพ เนื่องจากคุณภาพการบริการเป็นหัวใจสำคัญต่อความอยู่รอดของธุรกิจ ประกอบด้วยมิติที่สำคัญ 5 มิติสำคัญคือ ลักษณะทางกายภาพของบริการ (Tangibility) ความน่าเชื่อถือหรือไว้วางใจได้ (Reliability) การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) การให้ความมั่นใจ (Assurance) และการเข้าใจและรับรู้ความต้องการของผู้รับบริการ (Empathy) ซึ่งทั้ง 5 มิติ ล้วนแล้วแต่เป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้การส่งมอบการบริการ เพื่อสร้างคุณค่าและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวภายหลังได้รับการบริการ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจที่เกินความคาดหวังของ

ผู้รับบริการ โดยผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้มาทำการประเมิน ตรวจสอบ วิเคราะห์ผลที่ได้เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาให้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism; CBT)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว พร้อมกับการคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ชุมชนมีบทบาทในฐานะที่เป็นเจ้าของมีสิทธิควบคุมดูแล จึงเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากการที่ชุมชนเป็นผู้มีส่วนร่วมในการวางแผน จัดการ ดูแล และกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวเอง โดยอาจมีหน่วยงานภายนอกที่เป็นผู้ให้การสนับสนุน แต่คนในชุมชนถือเป็นเจ้าบ้านที่ส่งมอบกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการ และประสบการณ์การท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นความพยายามในการสร้างทางเลือกใหม่ในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และมีบทบาทที่จะกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้าน พร้อมกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ และอาศัยฐานทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชนในการขับเคลื่อนเป็นหลัก (Palmer & Chuamuangphan, 2018) สำหรับด้านองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนควรประกอบด้วยการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น วิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน วัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน ปราชญ์หรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ ที่หลากหลาย

ทำให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา (Amerta, 2017) เริ่มจากตั้งกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวที่มีองค์การหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และมีกองทุนของชุมชนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน (Suansri, 2003) อีกทั้งปัจจุบันไฮมสเดย์ถือเป็นรูปแบบที่ปรากฏในชุมชนที่ได้รับคามนิยมอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวแสวงหาการพักผ่อนในรูปแบบที่แตกต่างไปจากเดิม การได้เรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนและธรรมชาติ ระบบนิเวศในท้องถิ่น การได้รับประทานอาหารพื้นถิ่น วิถีชีวิตที่มีแต่ความเรียบง่าย พึ่งพิงธรรมชาติ ยิ่งไปกว่านั้นในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศต่าง ๆ และประเทศไทยได้ดำเนินการจัดระบบจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน คือ

1. ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ประเมินได้จากชุมชนมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และมีวิถีการพึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน รวมถึงในชุมชนยังมีวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. ด้านองค์การชุมชน เกี่ยวข้องกับระบบสังคมที่เข้าใจกัน โดยมีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ ที่หลากหลาย ซึ่งชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3. ด้านการจัดการ เกี่ยวข้องกับกฎ-กติกาในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวที่มีองค์การหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวม มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

4. ด้านการเรียนรู้ เกี่ยวข้องกับลักษณะของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถจะสร้างความเข้าใจถึงวิถีชีวิต ความเป็นอยู่และวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับนักท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งของชาวบ้านและนักท่องเที่ยว (Sermchayut, 2020)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการโดยการเข้ามามีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนที่เป็นลักษณะขององค์กร เนื่องจากทรัพยากรที่ชุมชนใช้เป็นฐานการผลิต คือ วัฒนธรรมและสังคม ที่ใช้เป็นตัวขับเคลื่อนเรื่องจิตวิญญาณของชุมชน ผ่านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดการ การนำ การประสานงาน และการควบคุม โดยทุกกระบวนการสมาชิกในชุมชนจะต้องร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวสร้างประโยชน์ต่อชุมชน มุ่งเน้นสร้างปฏิสัมพันธ์ และความผูกพันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนผ่านการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว นำไปสู่การเรียนรู้เพื่อสร้างความเข้าใจอย่างถึงรากเหง้าของชุมชนเรียนรู้วิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรมตลอดจนการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน ชุมชนต้องรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร เพื่อเป็นกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับผู้มาเยือน

แนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

ประเด็นด้านสุขภาพของประชากรโลกยังคงเป็นปัญหาหลักที่องค์กรนานาชาติให้ความสนใจสุขภาพและสุขภาพที่ดีของประชากรทุกคนในแต่ละประเทศเป็นประเด็นสำคัญที่จะลดปัจจัยเสี่ยงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพร่างกายรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเจ็บป่วยจากโรคภัยที่เข้ามาแทรกแซงให้ชีวิตเกิดการเปลี่ยนแปลงโรคอุบัติใหม่ที่สร้างผลกระทบที่รุนแรงเป็นวงกว้างสุขภาพร่างกายที่อ่อนแอ การขาดสิ่งกระตุ้นหรือสนับสนุนส่งเสริมให้ผู้คนหันมาออกกำลังกายและดูแลสุขภาพตัวเอง ปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ถือเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศให้ขับเคลื่อนไปได้อย่างราบรื่น อีกทั้งยังช่วยให้ไทยสามารถเติบโตและก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับสุขภาพได้มีการพัฒนาและวิวัฒนาการด้านมิติสุขภาพมาโดยตลอด สำหรับประเด็นความครอบคลุมด้านมิติสุขภาพนั้น ตาม Global Wellness Institute (2020) ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านกายภาพ เป็นการบำรุงร่างกายให้แข็งแรงด้วยการออกกำลังกาย การรับประทานอาหารให้ถูกหลักโภชนาการ การนอนหลับ การมีร่างกายที่สมบูรณ์ปราศจากเป็นโรค ไม่พิการและมีสิ่งแวดล้อมที่ส่งเสริมสุขภาพ

2. ด้านจิตใจ เป็นการมีจิตใจที่ดี เข้มแข็ง มีความสุข ร่าเริง มีความเมตตากับสรรพสิ่ง มีสติ สมานิ ปัญญา รวมถึงการไม่เห็นแก่ตัว

3. ด้านอารมณ์ เป็นการรับรู้ การยอมรับ การแสดงความรู้สึก และการสร้างความเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่นในการควบคุมความเครียดและการแสดงอารมณ์ได้อย่างเหมาะสม ความสามารถในการรับรู้ และยอมรับความรู้สึก

4. ด้านจิตวิญญาณ เป็นการค้นหาความหมายและจุดประสงค์ที่สูงขึ้นในการดำรงอยู่ของมนุษย์ สุขภาวะที่เกิดขึ้นเมื่อทำความดี หรือจิตสัมผัสกับสิ่งที่ดี อันสูงส่ง เช่น การเสียสละ การมีความเมตตา เป็นต้น

5. ด้านสังคม เป็นการอยู่ร่วมกันด้วยดี ความสัมพันธ์ส่วนร่วมกับผู้อื่นและชุมชนอย่างมีความหมาย รวมถึงหมายถึงการมีครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง สังคมมีความยุติธรรม มีความเสมอภาค มีภาวศรัทธา มีสันติภาพ มีความเป็นประชาสังคม มีระบบบริการที่ดี และมีระบบบริการที่เป็นกิจการทางสังคม

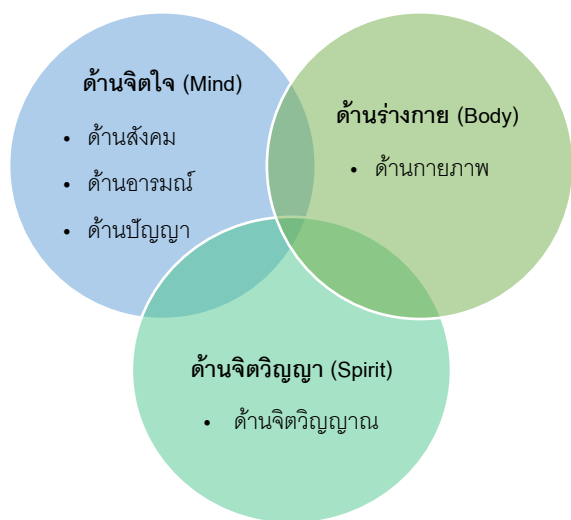
6. ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างสุขภาพของตนเองกับการกระทำของมนุษย์ ทางเลือกสังคม และความเป็นอยู่ที่ดีในสภาพแวดล้อมที่ดี

ทั้งนี้ผู้เขียนได้เปรียบเทียบมิติการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับมาตรฐานของที่พักโฮมสเตย์มีรายละเอียดดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 การสังเคราะห์หลักสุขภาพที่ดี (Synthesis of wellness dimensions)

Dillette et al. (2021)	Park et al. (2020)	Meikassandra et al. (2020)	Global Wellness Institute (2020)
1. ด้านกายภาพ	1. ด้านกายภาพ	1. ด้านกายภาพ	1. ด้านกายภาพ
2. ด้านจิตใจ	2. ด้านความสวยงาม	2. ด้านอารมณ์	2. ด้านจิตใจ
3. ด้านจิตวิญญาณ	3. ด้านอาหาร	3. ด้านจิตวิญญาณ	3. ด้านอารมณ์
4. ด้านสิ่งแวดล้อม	4. ด้านจิตใจ	4. ด้านสิ่งแวดล้อม	4. ด้านจิตวิญญาณ
	5. ด้านจิตวิญญาณ	5. ด้านสังคม	5. ด้านสังคม
	6. ด้านสิ่งแวดล้อม		6. ด้านสิ่งแวดล้อม

จากตารางที่ 3 พบว่า หลักสุขภาพที่ดีนั้นผู้ให้บริการโฮมสเตย์เชิงสุขภาพจะต้องมีสถานที่สำหรับให้ลูกค้าพักผ่อน เพื่อให้ลูกค้าที่มาใช้บริการสามารถสร้างความสมดุลระหว่างองค์ประกอบด้านการมีสุขภาพที่ดี 3 ส่วนซึ่งไม่สามารถแยกจากกันได้ คือ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านจิตวิญญาณ โดยองค์ประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้ต้องสมดุลกันและมีส่วนเกี่ยวข้องกับหลักสุขภาพที่ดีแสดงดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ความสัมพันธ์ของหลักสุขภาพที่ดีกับองค์ประกอบของการมีสุขภาพที่ดี (Relationship between wellness dimensions and wellness components)

จากรูปที่ 2 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของหลักสุขภาพที่ดีกับองค์ประกอบของการมีสุขภาพที่ดี ที่จะก่อให้เกิดความสุขหรือการเติมเต็มด้านสุขภาพ (Silva & Mayer, 2021) โดยมุ่งส่งเสริมและพัฒนาสุขภาพให้มีความสมดุลทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย

1. ด้านร่างกาย (Body) เกิดจากกิจกรรมที่พักผ่อนร่างกาย การรับประทานอาหารที่ถูกหลักโภชนาการควบคู่กับการออกกำลังกาย
2. ด้านจิตใจ (Mind) เกิดจากกิจกรรมการทำสมาธิที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจิต สุขภาพทางอารมณ์สังคม สุขภาพจิตสามารถยอมรับแนวคิดหรือวิธีคิดที่แปลกใหม่ ซึ่งการเปิดกว้างจะช่วยให้สามารถรับมือกับสถานการณ์เครียด ภาวะความกดดันต่าง ๆ ได้ดี ส่งเสริมการจัดการ

ความเครียด การเรียนรู้ที่จะมีหลักคิดเชิงบวก การหาปรัชญาในการดำเนินชีวิตของตนเอง

3. ด้านจิตวิญญาณ (Spirit) เกิดจากสุขภาพทางจิตวิญญาณเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ และบทบาทของการชี้นำทางจิตวิญญาณในการใช้ชีวิต

สำหรับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพครอบคลุมทั้งทางกายและจิตใจ ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นตลาดเฉพาะ (Niche Market) ของการท่องเที่ยวที่ขยายวงกว้างขึ้น มีอัตราการเติบโตอย่างมาก โดยมีการคาดการณ์สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอย่างต่อเนื่อง (Bushueva, 2020) อีกทั้งยังพบว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีอัตราการเติบโตได้เร็วกว่าการท่องเที่ยวแบบทั่วไป (Global Wellness Institute, 2018) สำหรับมุมมองของผู้ประกอบการได้ให้ความสนใจด้วยการตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้ นับว่าเป็นสัญญาณที่แสดงให้เห็นถึงการเติบโตในด้านการบริการด้านสุขภาพและสุขภาพอย่างมาก ยิ่งไปกว่านั้นยังได้รับความนิยมทั้งธุรกิจที่พักในรูปแบบของโรงแรมและรีสอร์ท ศูนย์พักผ่อนเพื่อสุขภาพ และการซื้อแพ็คเกจการเดินทาง (Stará & Peterson, 2017) ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริม รักษา บำบัดและฟื้นฟูร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ (Dunn, 1959) โดยมีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสุขภาพสร้างความสมดุลให้กับชีวิต การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมฟื้นฟู ตลอดจนบำบัดรักษาสุขภาพ (He et al., 2021)

ในส่วนของนักท่องเที่ยวของกลุ่มเชิงสุขภาพจะมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเพื่อการป้องกันความเจ็บป่วยหรือเพื่อบำรุงสุขภาพ (Lothes & Kantor, 2021) สอดคล้องกับแนวคิดของ Voigt and Laing (2010) ที่กล่าวว่า

นักท่องเที่ยวกลุ่มเชิงสุขภาพมีความต้องการและแรงจูงใจหลัก คือ การรักษาส่งเสริมหรือพัฒนาสุขภาพของตนเอง และมีสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวปลายทางที่เป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมบริการด้านการดูแลสุขภาพและผู้ให้บริการ ที่นอกเหนือจากสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป (Goodrich, 1994) อาจมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว (Kasempholkoon, 2020) อย่างไรก็ตาม กิจกรรมทางการบริการที่นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพอาจเลือกใช้บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพในหลากหลายรูปแบบและมุมมอง โดยส่วนใหญ่แล้วกิจกรรมจะครอบคลุมทั้ง 6 มิติ (Global Wellness Institute, 2014) ได้แก่ (1) ทางร่างกาย เช่น พิ트니스 อาหารสุขภาพ สปา เสริมความงาม เวชสำอาง เป็นต้น (2) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตใจ เช่น โยคะ ไทชิ เป็นต้น (3) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตวิญญาณ เช่น สมาธิบำบัด เป็นต้น (4) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสังคม เช่น เครือข่ายสังคม พิ트니스 เป็นต้น (5) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านอารมณ์ เช่น บำบัดอารมณ์ กำจัดความเครียด เป็นต้น และ (6) บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสิ่งแวดล้อม เช่น บำบัดด้วยป่าไม้ เป็นต้น อีกทั้งยังมีรูปแบบกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การนวดแผนไทย การอบ/ประคบสมุนไพร เป็นการบำบัดรักษาร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ การบำบัดด้วยกลิ่นหอมจากสมุนไพร การอาบน้ำแร่จากแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ การฝึกกายบริหาร การฝึกกายภาพ การใช้บริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจหรือจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพและ/หรือบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพทั้งทางร่างกายและจิตใจควบคู่กัน ผ่านการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว และมุ่งส่งเสริมและพัฒนาสุขภาพทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านกายภาพ ด้านจิตใจ ด้านอารมณ์ ด้านจิตวิญญาณ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อให้มีความสมดุลทั้ง 3 ด้าน

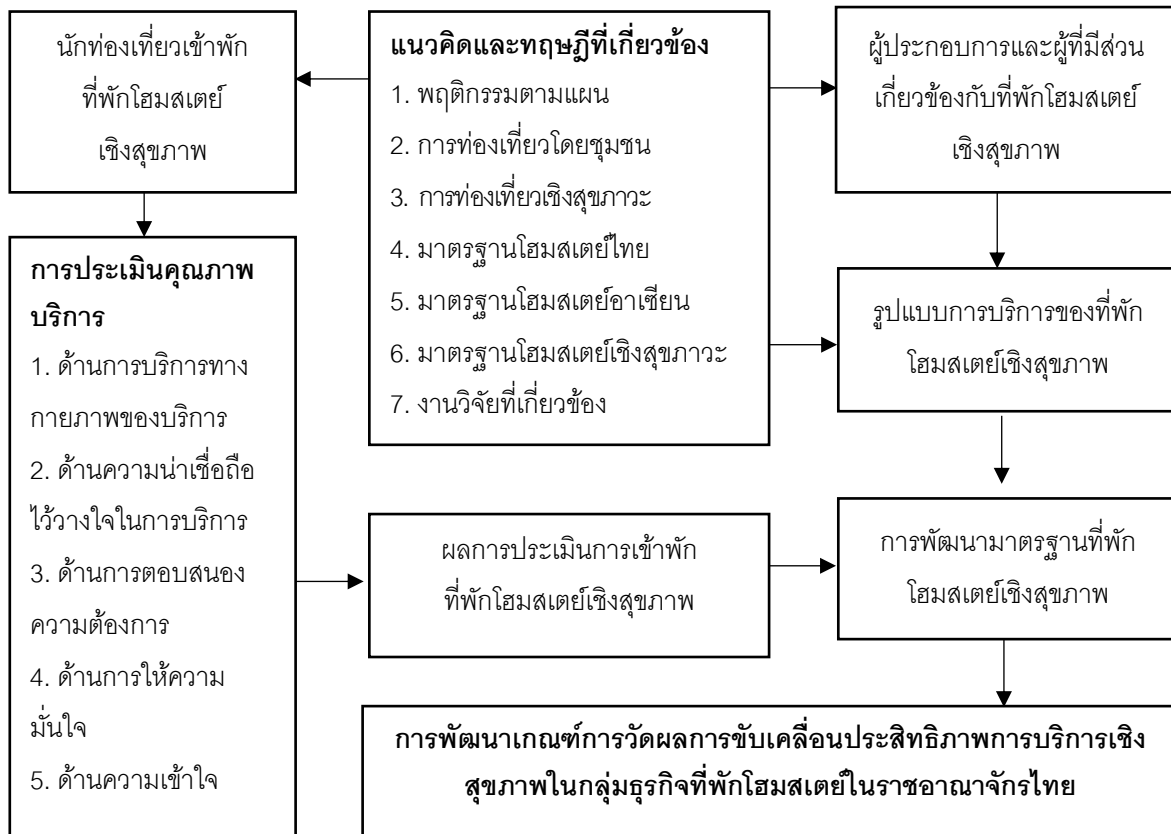
ประกอบด้วย ด้านร่างกาย (Body) ด้านจิตใจ (Mind) ด้านจิตวิญญาณ (Spirit) เพื่อที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสนใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

สรุป

จากองค์ความรู้สรุปได้ว่า การขับเคลื่อนประสิทธิภาพการบริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ในราชอาณาจักรไทย เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวได้เริ่มหันมาสนใจการบำรุง ส่งเสริมสุขภาพของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ของการแสดงพฤติกรรมของมนุษย์จะได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจแสดงพฤติกรรม และนำไปสู่การกระทำพฤติกรรมของบุคคล สิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจแสดงพฤติกรรมนั้น โดยเชื่อว่าการกระทำพฤติกรรมต่าง ๆ ของบุคคลขึ้นอยู่กับความเชื่อของบุคคล 3 ประการ คือ (1) ความเชื่อเกี่ยวกับเจตคติต่อพฤติกรรม (2) ความเชื่อเกี่ยวกับกลุ่มอ้างอิง และ (3) ความเชื่อเกี่ยวกับความสามารถในการควบคุมจะต้องคำนึงถึง อีกทั้งกลไกในการขับเคลื่อนประสิทธิภาพการบริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ คือ การได้รับความร่วมมือทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคธุรกิจ และภาคท้องถิ่น ที่เข้ามามีส่วนในการขับเคลื่อนการให้บริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติและทำให้เกิดเป็นตัวชี้วัดในการทำโฮมสเตย์เชิงสุขภาพอย่างเป็นรูปธรรม ดังจะเห็นได้จากในช่วงที่มีการระบาดของโควิด-19 พบว่าธุรกิจต่าง ๆ ในทุกพื้นที่ต่างประสบปัญหาในด้านรายได้ที่ลดลงขาดสภาพคล่องทำให้ต้องหยุดหรือเลิกกิจการ และแรงงานถูกเลิกจ้าง ยังรวมไปถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ความใส่ใจเรื่องสุขอนามัยที่มากขึ้น การหลีกเลี่ยงเพื่อเผชิญกับผู้คนจำนวนมาก ส่งผลให้กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้นผู้ประกอบการที่จำเป็นต้องทำการปรับตัวสร้างความเป็นมาตรฐานที่คำนึงถึงสุขอนามัยสำหรับผู้ให้บริการ เพื่อเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันอีกด้วย

สำหรับการสร้างมาตรฐานโฮมสเตย์ค้ำึงถึงมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ประกอบด้วย การบริการด้านการบริการด้านอาหาร การบริการด้านความปลอดภัย การบริการด้านอัยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก การบริการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการด้านการมีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การบริการด้านศิลปวัฒนธรรม การบริการด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน การบริการด้านการจัดการแบบกลุ่ม และบริการด้านติดต่อสื่อสาร ควบคู่กับมาตรฐานโฮมสเตย์อาเซียน ประกอบด้วย ด้านกลุ่มโฮมสเตย์ ด้านที่พัก ด้านกิจกรรม ด้านการจัดการ ด้านสถานที่ ด้านสุขอนามัยและความสะอาด ด้านความปลอดภัยและความมั่นคง ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และด้านความยั่งยืน นอกจากนี้ต้องให้ความสำคัญกับหลักการมีสุขภาวะที่ดี คือ ด้านกายภาพ ด้านจิตใจ ด้านอารมณ์ ด้านจิตวิญญาณ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ให้มีความสมดุลกันทั้งด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านจิตวิญญาณเพื่อเป็นการพัฒนาให้เป็นโฮมสเตย์เชิงสุขภาพที่สมบูรณ์แบบ และมีการบริการที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น สำหรับแนวทางการบริการประกอบด้วยแนวทางพัฒนาการบริการทางกายภาพของบริการ แนวทางพัฒนาการบริการในด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ แนวทางการบริการในด้านการตอบสนองของ

นักท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการบริการในด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า และแนวทางการบริการในด้านความเข้าใจนักท่องเที่ยว ในอนาคตนักวิจัยหรือผู้ที่สนใจ รวมถึงภาครัฐสามารถที่จะนำไปต่อยอดและสร้างเป็นตัวชี้วัดมาตรฐานการบริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ได้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อส่งเสริมรูปแบบโฮมสเตย์เชิงสุขภาพให้เป็นมาตรฐานระดับประเทศและยกระดับสู่สากล สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการ ส่งผลให้คนในชุมชนเกิดรายได้ มีอาชีพ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ชุมชนเกิดการความเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ ด้วยความมั่นคงของชุมชนเพื่อเป็นรากฐานที่สำคัญในการขับเคลื่อนประเทศต่อไป จากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการร่วมมือกันของกรมการท่องเที่ยว และกระทรวงสาธารณสุข ในการยกระดับโฮมสเตย์ และต่อยอด ให้เป็นต้นแบบของโฮมสเตย์เชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสุขภาพ ซึ่งหัวใจสำคัญในการช่วยสนับสนุน เสริมความแกร่งให้กับธุรกิจที่พักโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้นอีกทั้งยังเป็นเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการได้ตรงตามสถานะการณ์ปัจจุบัน สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 องค์ความรู้การขับเคลื่อนประสิทธิภาพการบริการเชิงสุขภาพของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ในราชอาณาจักรไทย (Knowledge of the wellness service efficiency driving of homestay in Thailand)

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการเผยแพร่เพื่อจบการศึกษาระดับปริญญาเอก หลักสูตรการท่องเที่ยว โรงแรม และอสังหาริมทรัพย์ การจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

References

Adebayo, T. S., & Akinsola, G. D. (2021) Investigating the causal linkage among economic growth, energy consumption and CO2 emissions in Thailand: An application of the wavelet coherence approach, *International Journal of Renewable Energy Development*, vol. 10, no. 1, pp. 17-26.

Ajzen, I. (1991) The theory of planned behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 50, no. 2, pp. 179-211.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975) A Bayesian analysis of attribution processes, *Psychological Bulletin*, vol. 82, no. 2, pp. 261-277.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980) 'Predicting and understanding family planning behaviors', in I. Ajzen, & M. Fishbein (Eds.), *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Al-Laymoun, M., Alsardia, K., & Albattat, A. (2020) Service quality and tourist satisfaction at homestays, *Management Science Letters*, vol. 10, no. 1, pp. 209-216.

Ali, B. J., Gardi, B., Jabbar Othman, B., Ali Ahmed, S., . . . Anwar, G. (2021) Hotel service quality: The impact of service quality on customer satisfaction in hospitality, *International Journal of Engineering, Business and Management*, vol. 5, no. 3, pp. 14-28.

Amerta, I. M. S. (2017) Community based tourism development, *International Journal of Social Sciences and Humanities*, vol. 1, no. 3, pp. 97-107.

- Bhongchirawattana, U. (2021) *The economic impacts of future industries of Thailand*, Paper presented at ECRM 2021: 20th European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies on June 17-18, 2021, University of Aveiro, Portugal.
- Blamey, R. K. (2001) 'Principles of ecotourism', in *The encyclopedia of ecotourism*, pp. 5-22, Oxon, UK: CABI.
- Bushueva, I. (2020) Trends of wellness tourism development in Russia, *Revista Turismo Estudos & Práticas*, vol. S4, pp. 38-38.
- Casper Fern, L.-E., & Thaichon, P. (2021) 'Successful COVID-19 prevention factors and their effect on the economy: A comparison between Thailand, Vietnam and Australia', in V. Ratten & P. Thaichon (Eds.), *COVID-19, technology and marketing*, pp. 59-83, Singapore: Palgrave Macmillan.
- Charoonnimmarn T., & Tantakool, T. (2019) Hotel business management for sustainable ecotourism management (การจัดการธุรกิจโรงแรมเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน), *Kasem Bundit Journal*, vol. 20, no. 2, pp. 158-167. (in Thai)
- Chirakalwasan, N., Preuthippan, A., Maranetra, K. N., Yongchaiyudh, P., & Kotchabhakdi, N. (2020) Sleep medicine in Thailand, *Journal of Clinical Sleep Medicine*, vol. 16, no. 3, pp. 451-453.
- Demir, A., Maroof, L., Khan, N. U. S., & Ali, B. J. (2020) The role of E-service quality in shaping online meeting platforms: A case study from higher education sector, *Journal of Applied Research in Higher Education*, vol. 13, No. 5, pp. 1436-1463.
- Dillette, A. K., Douglas, A. C., & Andrzejewski, C. (2021) Dimensions of holistic wellness as a result of international wellness tourism experiences, *Current Issues in Tourism*, vol. 24, no. 6, pp. 794-810.
- Dunn, H. L. (1959) High-level wellness for man and society, *American Journal of Public Health and the Nations Health*, vol. 49, no. 6, pp. 786-792.
- Escolar-Jimenez, C. C. (2020) Cultural homestay enterprises: Sustainability factors in Kiangan, Ifugao, *Hospitality & Society*, vol. 10, no. 1, pp. 63-85.
- Global Wellness Institute. (2014) *The global wellness tourism economy 2013 & 2014*, Miami, FL: Global Wellness Institute.
- Global Wellness Institute. (2018) *Global wellness tourism economy*, Miami, FL: Global Wellness Institute.
- Global Wellness Institute. (2020) *Resetting the world with wellness*, Miami, FL: Global Wellness Institute.
- Goodrich, J. N. (1994) Health tourism: A new positioning strategy for tourist destinations, *Journal of International Consumer Marketing*, vol. 6, no. 3-4, pp. 227-238.
- He, M., Liu, B., & Li, Y. (2021) Tourist inspiration: How the wellness tourism experience inspires tourist engagement, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, doi: 10.1177/10963480211026376
- Jantarakast, P. (2020) A study of the community potential in the management of Thailand homestay standards in Sa Kaew Province (การศึกษาศักยภาพชุมชนด้านการบริหารจัดการที่พักแบบมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในจังหวัดสระแก้ว), *Journal of Management Science Review*, vol. 22, no. 1, pp. 105-112. (in Thai)
- Jetsadarat, K., & Laohavichien, T. (2020) The relationship among green brand image, service quality and Thai tourists' satisfaction on homestay tourism: A case study of BangTa Boon Community, Phetchaburi, Thailand (ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ตราสินค้าสีเขียวคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์: กรณีศึกษาชุมชนบางตะบูนเพชรบุรี ประเทศไทย), *University of the Thai Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Science*, vol. 40, no. 3, pp. 95-119. (in Thai)

- Jutatip R., & Rungarun, B. (2021) Public and community cooperation management of Mae Kampong Village, Mae On District, Chiang Mai Province (ความร่วมมือของภาครัฐและชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์ของหมู่บ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่), *Journal of Roi Kaensarn Academi*, vol. 6, no. 7, pp. 1-13. (in Thai)
- Kasempholkoon, A. (2020) Folk medicine in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province: Health wisdom and development to a health and cultural tourism model (การแพทย์พื้นบ้านในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา: ภูมิปัญญาการรักษาและการพัฒนาสู่รูปแบบการท่องเที่ยววัฒนธรรมสุขภาพ, *Mekong-Salween Civilization Studies Journal*, vol. 11, no. 2, pp. 45-74. (in Thai)
- Klongthong, W., Thavorn, J., Watcharadamrongkun, S., & Ngamkroekjoti, C. (2020) Determination of factors in cultural dimensions and SERVQUAL model affecting the corporate image of pharmacy retail stores, *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, vol. 7, no. 10, pp. 875-884.
- Lee, M., Han, H., & Lockyer, T. (2012) Medical tourism— attracting Japanese tourists for medical tourism experience, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 29, no. 1, pp. 69-86.
- Lin, E., & Schmid, P. C. (2020) The experience of power could facilitate healthy food consumption, *Social Cognition*, vol. 38, no. 3, pp. 197-233.
- Lothes, J., II., & Kantor, R. (2021) Wellness and motivation in a physical education course over a semester: Examining the interaction effects that motivation has on wellness outcomes, *Building Healthy Academic Communities Journal*, vol. 5, no. 1, pp. 65-86.
- Marohabutr, T. (2020) Medical hub policy of Thailand: Recommendations and operational integration to mitigate the impact on the health system, *Asia-Pacific Social Science Review*, vol. 20, no. 4, pp. 150-163.
- Meikassandra, P., Prabawa, I., & Mertha, I. W. (2020) Wellness tourism in Ubud “a qualitative approach to study the aspects of wellness tourism development”, *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, vol. 6, no. 1, pp. 79-93.
- Okada, P., Buathong, R., Phuygun, S., Thanadachakul, T., . . . Vachiraphan, A. (2020) Early transmission patterns of coronavirus disease 2019 (COVID-19) in travellers from Wuhan to Thailand, January 2020, *Eurosurveillance*, vol. 25, no. 8, 2000097.
- Palmer, N. J., & Chuamuangphan, N. (2018) Governance and local participation in ecotourism: Community-level ecotourism stakeholders in Chiang Rai province, Thailand, *Journal of Ecotourism*, vol. 17, no. 3, pp. 320-337.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988) Communication and control processes in the delivery of service quality, *Journal of Marketing*, vol. 52, no. 2, pp. 35-48.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990) *Delivering quality service: Balancing customer perceptions and expectations*, New York: Simon and Schuster.
- Park, H., Lee, M., & Back, K.-J. (2020) Exploring the roles of hotel wellness attributes in customer satisfaction and dissatisfaction: Application of Kano model through mixed methods, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, vol. 33, no. 1, pp. 263-285.
- Parnwell, M. J. (2018) ‘Tourism and rural handicrafts in Thailand 1’, in M. Hitchcock, V. T. King & M. J. G. Parnwell (Eds.), *Tourism in South-East Asia*, pp. 234-257, England, UK: Routledge.
- Phansaita, N. (2021) Elder tourists behavioral intention in wellness tourism: A case study of tourists in elderly club, Bangkok (ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวสูงอายุ: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวในชมรมผู้สูงอายุ กรุงเทพมหานคร), *Academic Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*, vol. 28, no. 1, pp. 168-194. (in Thai)

- Pradhan, S. (2017) Dimensions of homestay tourism: A proposed sustainable structural equation model, *Asian Journal of Research in Marketing*, vol. 6, no. 4, pp. 1-15.
- Praveen, Y., & Kumara, P. (2020) Study on the relationship between service quality and guest satisfaction in homestay, *Journal of Tourism Economics and Applied Research*, vol. 4, no. 1, pp. 47-51.
- Sakulrat, T. (2020) Homestay service development guidelines to accommodate tourists for Phra Nakhon Si Ayutthaya Province (แนวทางการพัฒนาการบริการที่พัก สัมผัสวัฒนธรรม (โฮมสเตย์) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว จังหวัด พระนครศรีอยุธยา), *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, vol. 5, no. 6, pp. 405-420. (in Thai)
- Sangchumngong, A., & Kozak, M. (2021) Impacts of tourism on cultural infiltration at a spiritual destination: A study of Ban Wangka, Thailand, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, vol. 15, no. 4, pp. 477-493.
- Sermchayut, R. (2020) Promotion strategy for community based tourism (กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน), *Journal of Multidisciplinary Academic Research and Development (JMARD)*, vol. 2, no. 4, pp. 44-54. (in Thai)
- Silva, L. C. S., & Mayer, V. F. (2021) 'Wellness tourism: Conceptual analysis and trends', in *Rebuilding and restructuring the tourism industry: Infusion of happiness and quality of life*, pp. 183-196, Hershey, PA: IGI Global.
- Srichai T., Erawan T., & Kanthapanit C. (2020) Relationship between perceived service quality and tourists' satisfaction: The case of homestay businesses in Thailand (ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย), *Journal of Accountancy and Management*, vol. 12, no. 3, pp. 47-61. (in Thai)
- Stará, J., & Peterson, C. (2017) Understanding the concept of wellness for the future of the tourism industry: A literature review, *Journal of Tourism & Services*, vol. 8, no. 14, pp. 18-29.
- Songsonthonwong, C., Thakarnsiriwanit, K., & Rattananarapo, T. (2017) Market promotion for ecotourism in Thailand (การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย), *Electronic Journal of Open and Distance Innovation Learning*, vol. 7, no. 2, pp. 103-117. (in Thai)
- Suansri, P. (2003) *Community based tourism handbook*, Bangkok: Responsible Ecological Social Tour-REST.
- Takran, T., Chartrunguang, B., Tantranont, N., & Somhom, S. (2017) Constructing a Thai homestay standard assessment model by implementing a decision tree technique, *International Journal of the Computer, the Internet and Management*, vol. 25, no. 2, pp. 106-112.
- Thanvisitthpon, N. (2021) Statistically validated component- and indicator-level requirements for sustainable Thai homestay businesses, *Sustainability*, vol. 13, no. 2, p. 936, doi: 10.3390/su13020936
- Voigt, C., & Laing, J. H. (2010) Journey into parenthood: Commodification of reproduction as a new tourism niche market, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, vol. 27, no. 3, pp. 252-268.
- Wibowo, M., & Aumeboonsuke, V. (2020). Bank financial capability on MSME lending amid economic change and the growth of fin-tech companies in Indonesia, *Thailand and The World Economy*, vol. 38, no. 2, pp. 63-87.