

**การบริหารจัดการและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
อำเภอเขาค้อจังหวัดเพชรบูรณ์**
**Tourism Management and Public Relation Media Development
for Home Stay Tourism KhaoKho District Phetchabun Province**

รักชนก สมศักดิ์^{1*} และ ปิยะนุช พรหมประเสริฐ²

Rugchanok Somsak^{1*} and Piyanut Promprasert²

^{1*}อาจารย์ สาขาการประชาสัมพันธ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

²อาจารย์ สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

^{*}E-mail : rugchanok15@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาบริบทของกลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 2) เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการและประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 3) เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยวิธีการดำเนินวิจัยใช้แนวทางศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์ (Observation) โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) ที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้แก่ กลุ่มผู้นำสมาชิกโฮมสเตย์ กลุ่มชาวบ้านในชุมชน รวมผู้ให้ข้อมูลหลัก 8 คน และนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมทั้งหมดมาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มโฮมสเตย์ขนาดเล็กมีสมาชิกกลุ่มที่ผ่านมาตรฐานโฮมสเตย์ประมาณ 5-7 หลัง มีลักษณะการดำเนินกิจการในองค์กรที่มีขนาดเล็ก มีกระบวนการบริหารจัดการแบบสมัยใหม่ภายใต้กระบวนการจัดการแบบ POLC ที่สามารถนำองค์การให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีผู้นำกลุ่มที่มีความสามารถ กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออก กล้าตัดสินใจในการดำเนินกิจการ ทำให้เริ่มเป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักและท่องเที่ยวในชุมชนจำนวนมาก มีหน่วยงานเข้ามาศึกษาเรียนรู้ดูงานจำนวนมาก และมีสื่อโทรทัศน์ให้ความสนใจถ่ายทอดรายการสารคดี ทำให้โฮมสเตย์เสถียรแห่ง 3 เป็นที่รู้จักและนำไปสู่การพัฒนาตนเอง มีการควบคุมด้านมาตรฐานการให้บริการบ้านพักที่เหมาะสม เน้นความสะอาดถูกสุขลักษณะไม่แออัดคับแคบ รวมถึงมีการควบคุมเรื่องราคาที่พักและค่าบริการอื่นๆ ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ทำให้มีนักท่องเที่ยวให้ความไว้วางใจและชักชวนบอกต่อไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวรายใหม่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น

ผลการวิจัยทางด้านการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มโฮมสเตย์ พบว่า มีการบริหารจัดการตนเองภายใต้งบประมาณที่มีค่อนข้างน้อยในลักษณะที่ใช้งบประมาณประหยัด มีสื่อประชาสัมพันธ์เป็นของตนเองได้ จึงเลือกพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เฉพาะกิจ ได้แก่ 1) สื่อแผ่นพับเพื่อเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายหลัก อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยววิถีชีวิตในชุมชน นักเรียน นักศึกษา เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐและเอกชนที่สนใจ 2) สื่อป้ายกลางแจ้ง ติดตั้งในจุดทำเลที่น่าสนใจในพื้นที่ 3) สื่อวัตถุดิบค่าที่พัฒนาขึ้นจากชุมชนเพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ของฝากของที่ระลึกจากชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชนอีกทางหนึ่ง และ 4) สื่อสังคมออนไลน์ (เพจเฟซบุ๊ก) เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์แบบสองทางสามารถสื่อสารได้ทั้งข้อความตัวอักษร ข้อความเสียง ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ให้กับผู้ที่เข้ามาชมที่หน้าเพจสามารถเห็นข้อความนั้นได้ทันที รวมถึงการโต้ตอบระหว่างกันได้อย่างกว้างไกลและรวดเร็ว

คำสำคัญ : การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ สื่อประชาสัมพันธ์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

Abstract

The research entitled “Tourism Management and Public Relation Media Development for Homestay Tourism KhaoKho District Phetchabun Province” had three main objectives which were to; 1) study the context of Home stay KhaoKho, Phetchabun 2) study the management and evaluation of tourism resources Home stay KhaoKho, Phetchabun 3) to develop public relations media for the home stay business in KhaoKho district, Phetchabun province. The research was carried out by ways of a qualitative study with in-depth interviews, document researches, and an observation. Then all the data were collected. The key informants in the research were 8 leaders and villagers who join in homestay community enterprise.

The research found that the homestays were small home stay business with a small group of 5-7 households which passed the Thai Home stay Standard, the home stay tourism under the simplified POLC management, to achieved the set goals, which were planning, organizing, leadership, and controlling/monitoring. There was a standard control on homestay service, with hygiene and conveniences, as well as price controlling under the criterion. All of these led to the tourists’ trust and word-of-mouth persuasion to the new tourist groups.

The results of the development of public relations media relations was under an alternative paradigm since the communities self managed the business under restricted budgets by 1) developing brochures focusing on the main target groups who were the tourists who preferred way of life tourism, as well as students, state employees, and company employees; 2) outdoor media being located on the attractive location and 3) developing material media (products), to increase the community’s incomes, and 4) developing the social media (Facebook Page) as a two-way communicating channel with texts, sounds, and both still and motion pictures, allowing the wide target group to see and quickly response.

Keywords : Management, Tourism Home Stay, Media Relations, KhaoKho District, Phetchabun Province

บทนำ

โฮมสเตย์ (Home stay) หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับเจ้าของบ้าน ญาติพี่น้องกัน โดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวได้พักชั่วคราว ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง มีผู้พักรวมกันไม่เกิน 20 คนโดยมีค่าตอบแทน และจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม (กรมการท่องเที่ยว, มปป: ออนไลน์) การเปิดบริการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้นชุมชนไม่ได้ทำเป็นอาชีพหลัก หากแต่เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเยี่ยมชมเยือนในชุมชนก็จะเปิดรับบริการเพื่อเสริมสร้างรายได้จากอาชีพประจำ โดยชุมชนสามารถต้อนรับและให้บริการแก่แขก หรือนักท่องเที่ยวและนำไปสู่กิจกรรมทางการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อาทิ การให้บริการที่พัก การบริการอาหาร การบริการพาหนะนำเที่ยว การบริการนำเที่ยว และการค้าขายสินค้าในชุมชน เป็นต้น หากในช่วงที่นักท่องเที่ยวไม่มาคนในชุมชนก็ยังมีอาชีพและทำมาหากินตามปกติ ซึ่งในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์มีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากมายทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่ลือชื่อในด้านต่างๆ รวมถึงเป็นแหล่งเพาะปลูกพืชผักผลไม้เมืองหนาวได้อีกหลายชนิด เช่น ไม้ดอกไม้ประดับ สาลี่ เสาวรส กาแฟพันธุ์อาราบิก้า มะระหวาน กะหล่ำปลี สตรอเบอร์รี่ และแมคคาเดเมีย เป็นต้น และมีกลุ่มชุมชนที่ได้จัดให้บริการที่พักและกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มชุมชนบ้านหนองแม่นามีบ้านพักที่ผ่านการ

ประเมินมาตรฐาน 7 หลัง และกลุ่มเสียงแห่ง 3 มีบ้านพักที่ผ่านการประเมิน 5 หลัง ซึ่งนับว่ายังมีจำนวนน้อยมาก ไม่เพียงพอต่อการรองรับบริการการท่องเที่ยว และยังขาดการประชาสัมพันธ์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงและยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก

ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยมีเป้าหมายเพื่อศึกษาบริบทของกลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการและประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ว่ามีลักษณะอย่างไร มีกระบวนการอย่างไร และมีแนวทางในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างไร โดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์ โดยกำหนดขอบเขตพื้นที่การวิจัยได้แก่ กลุ่มโฮมสเตย์ในเขตพื้นที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งมี 2 กลุ่มที่เปิดให้บริการได้แก่ กลุ่มโฮมสเตย์หนองแม่นา และกลุ่มโฮมสเตย์เสียงแห่ง 3

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของกลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
2. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการและประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์
3. เพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับการบริหารจัดการและการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ แนวคิดการประเมินโฮมสเตย์ แนวคิดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว แนวคิดการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของชุมชนท้องถิ่น รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเอกสาร (Document Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตการณ์ (Observation)

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant)

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ หนังสือ ตำรา เอกสาร และงานวิจัย เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มาตรฐานโฮมสเตย์ การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว
2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ กลุ่มผู้นำสมาชิกโฮมสเตย์ ในเขตอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ 2 กลุ่ม จำนวน 2 คน คือ 1) นายสมพงษ์ ตุ่มคำ ผู้นำกลุ่มโฮมสเตย์หนองแม่นาและ 2) นายปรีชัย นามสิมมา ผู้นำกลุ่มโฮมสเตย์เสียงแห่ง 3 และกลุ่มชาวบ้านในชุมชน 2 กลุ่มๆละ 3 คน รวมจำนวน 6 คน ได้แก่ 1) นางสุด โยธะชัย 2) นางจินดา ราศีชัย 3) นายสมจิตร อยู่คง 4) นางกองจ่าย แสงสาร 5) นายประสาธ ทองคำสุข และ 6) นางภาคินี ทองคลัง โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมทั้งหมดมาวิเคราะห์แล้วนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่อสรุป และนำเสนอตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง สำหรับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้นำหรือหัวหน้าชุมชนบ้านพักโฮมสเตย์ และกลุ่มเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ 3 ท่าน และนำมาปรับปรุงแก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญแนะนำ โดยมีข้อคำถาม 4 ส่วน ดังนี้

1. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ ชื่อ-นามสกุล และอายุของผู้ให้สัมภาษณ์ สถานภาพการสมรส การประกอบอาชีพ ระดับการศึกษา ฯลฯ
2. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลบริบทของกลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบด้วย ลักษณะทั่วไปทางด้านประชากร จำนวนบ้านพักที่ได้รับรองมาตรฐาน สภาพแวดล้อมในชุมชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน ฯลฯ
3. ประเด็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลกระบวนการบริหารจัดการ และประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบด้วย การวางแผนเกี่ยวกับการให้บริการที่พักและอาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยว อัตราค่าบริการ การบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว รายได้จากการให้บริการ ฯลฯ
4. ประเด็นคำถามข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบด้วย ลักษณะสื่อประชาสัมพันธ์เดิมที่ใช้อยู่ กระบวนการผลิต การเผยแพร่ การใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยว ฯลฯ

การเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัย

1. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลที่ได้จากเอกสารตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อการแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่างกัน ดังนี้
 - 2.1 ด้านเอกสาร ใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันที่มาจากแหล่งต่างกัน
 - 2.2 ด้านบุคคล ใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันจากหลายคน เช่น นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ผู้นำชุมชน กลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์ผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานด้านบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
 - 2.3 ด้านเวลา ใช้การรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกันที่มาจากช่วงเวลาต่างกัน
 - 2.4 ด้านสถานที่ ใช้ข้อมูลวิจัยที่มาจากหลายสถานที่ที่มีการทำวิจัยเรื่องเดียวกันมาตรวจสอบว่าได้ผลการวิจัยตรงกันหรือไม่

ผลการวิจัย

1. บริบทของกลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มโฮมสเตย์เสถียรแห่ง 3 และกลุ่มโฮมสเตย์บ้านหนองแม่นา ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามท่ามกลางหุบเขาและสภาพอากาศที่หนาวเย็นใกล้เคียงกับบรรยากาศในภาคเหนือตอนบน และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ทางการสู้รบในสมรภูมิเขาค้อ รวมถึงยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่น่าสนใจมากมาย สภาพพื้นที่ส่วนใหญ่ของตำบลหนองแม่นา เป็นป่าและภูเขาใหญ่น้อย มีเนินเขาสูงเล็กๆ สลับซับซ้อนกันติดอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง มีลำน้ำเข็กไหลผ่าน สภาพพื้นที่เหมาะกับการเพาะปลูกพืชผัก ผลไม้เมืองหนาว อาทิ กะหล่ำปลี พริกมัน กาแฟ โอ๊วคาโด เสาวรส สตอเบอร์รี่ มะคาเดเมีย พลับ และอื่นๆ อีกมากมาย ส่วนทางด้านสภาพภูมิอากาศ ของพื้นที่ตำบลหนองแม่นา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ นั้นมีอากาศหนาวเย็นตลอดปี ฤดูหนาวอุณหภูมิต่ำสุด -4 องศาเซลเซียส ส่วนฤดูร้อนอากาศไม่ร้อนจัด สำหรับฤดูฝน จะมีฝนตกชุกมาก

กลุ่มโฮมสเตย์เสถียรแห่ง 3 จัดตั้งขึ้นโดยกลุ่มชาวบ้านในปีพ.ศ.2555 เริ่มเปิดดำเนินการและให้บริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2555 และได้รับการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์รอบแรกในปีพ.ศ.2555-2558 จำนวน 5 หลัง ต่อมาได้มีการปรับปรุงการดำเนินงานและพัฒนาตามมาตรฐานโฮมสเตย์ และผ่านการประเมินรอบสองในปีพ.ศ.2559-2562 จำนวน 3 หลัง จากจำนวนสมาชิกโฮมสเตย์ทั้งหมดจำนวน 15 หลัง ในช่วงแรกของการดำเนินงานเริ่มจากผู้นำกลุ่มเป็นผู้เริ่มต้นคิดวางแผนร่วมกับชาวบ้านโดยไม่มีนายทุนเข้ามาเกี่ยวข้อง ชาวบ้านร่วมกันคิดจัดตั้งโฮมสเตย์แบบง่ายๆ โดยใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนมาเป็นจุดขายเพื่อสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวรอบๆชุมชน อาทิ เทียวชมตาดน้ำไหลย้อนขึ้นทางทิศเหนือ ป่าชุมชน ป่าหม่อน แปลงพืชผักผลไม้เมืองหนาวนานาชนิด เช่น แปลงผักไฮโดรโปนิกส์ แปลงสตอเบอร์รี่ แปลงเสาวรส แปลงพริกมัน สวนกาแฟ สวนองุ่น อินทรี ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น วัดโบราณ อุโบสถสร้างด้วยไม้มะค่า หุ่นขี้ผึ้งหลวง

ปู่มั่น หลวงปู่สุวัด หลวงตาบัว หลวงปู่เสา รวมถึงการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่มีความเป็นอยู่อย่างเรียบง่ายในชุมชน

กลุ่มโฮมสเตย์บ้านหนองแม่นา ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 6 ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์ โดยหมู่บ้านได้ก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ. 2525 ตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวงฯ มีพื้นที่ทั้งหมด 1,200 ไร่ ประกอบด้วยบ้านเรือนประมาณ 50 ครั้วเรือน (ปัจจุบัน พ.ศ.2554 มี 112 ครั้วเรือน) ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำไร่ ข้าวโพด เลี้ยงสัตว์ ปลูกพริก ปลูกผัก และปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ส่วนหนึ่งประกอบอาชีพเสริม ชุมชนหนองแม่นาได้จัดตั้งกลุ่มการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเมื่อปี พ.ศ. 2545 โดยมีนักวิชาการจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ทำการวิจัยในพื้นที่และชุมชน ซึ่งมีสำนักงานกองทุนวิจัย (สกว.) สำนักงานภาคเป็นพี่เลี้ยงและให้ความรู้ อนุรักษ์ และดูแลต้นน้ำ พืชพรรณ แมลง สัตว์ โดยมีเป้าหมายในการขับเคลื่อนให้เกิดการสร้างและพัฒนาระบบการประสานงานความร่วมมือเครือข่ายจัดการท่องเที่ยวทางนิเวศ อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ป่า น้ำ แมลงและสัตว์ (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2560)

โฮมสเตย์ “บ้านหนองแม่นา” เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของ “กลุ่มชุมชนคนรักป่าหนองแม่นา” ได้รับรางวัลการบริหารจัดการดีเด่นจาก “กรมการท่องเที่ยว” โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายชนิด อาทิ นั่งเรือพาย ท่องป่า ตามหาแมงกะพรุนน้ำจืด ดูนก ดูผีเสื้อ นั่งรถตักฯ ชมสวนผลไม้ อยู่ใกล้อุทยานแห่งชาติทุ่งแสลงหลวง ได้ส่องสัตว์ในยามค่ำคืน ดูดาว และอื่นๆมากมาย ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยครั้งแรกในปี พ.ศ.2555-2558 จนถึงปัจจุบันมีบ้านพักที่ได้รับมาตรฐานทั้งหมด 7 หลัง สามารถเปิดให้บริการได้ 4 หลัง ได้แก่ บ้านนายสมพงษ์ ตุ่มคำ บ้านนางกองจ่าย แสงสาร บ้านนายประสาธ ทองคำสุข และบ้านนางภาคินี ทองคลัง ส่วนที่เหลืออีก 3 หลังนั้นยังไม่พร้อมที่จะให้บริการเนื่องจากสมาชิกในครอบครัวเสียชีวิต และบางครอบครัวสมาชิกประสบอุบัติเหตุ

2. กระบวนการบริหารจัดการและประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มโฮมสเตย์เสถียรแห่ง3 นั้นเริ่มมีการวางแผนดำเนินงาน (Plan) มาตั้งแต่ปีพ.ศ.2554 โดยเริ่มต้นจากผู้นำกลุ่มนายปรีชัย นามสิมมา ได้คิดและตั้งข้อสังเกตว่าในพื้นที่อำเภอเขาค้อมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากมาย มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวบนพื้นที่อำเภอเขาค้อจำนวนมากส่งผลให้ที่พักไม่เพียงพอ จึงตัดสินใจไปเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาพักที่บ้านในชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีที่พักที่หลับนอน แม้ว่าจะไม่สะดวกสบายเหมือนรีสอร์ทก็ตาม แต่ก็อยากให้นักท่องเที่ยวที่มาเขาค้อรู้สึกประทับใจและกลับมาเที่ยว จากนั้นได้มีโอกาสได้ไปศึกษาดูงานเกี่ยวกับกิจการโฮมสเตย์ในจังหวัดต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จหลายแห่งจึงเกิดความคิดที่จะนำแนวคิดดังกล่าวมาพัฒนาชุมชนเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับชาวบ้าน เริ่มต้นด้วยการเชิญชวนให้ชาวบ้านในชุมชนเข้าร่วมโครงการ ชาวบ้านเริ่มมองเห็นภาพความเป็นไปได้ จึงรวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้งกลุ่มโฮมสเตย์เสถียรแห่ง 3 ขึ้นในปี 2555

ในช่วงแรกของการดำเนินงานเริ่มจากผู้นำกลุ่มเป็นผู้เริ่มต้นคิดวางแผนร่วมกับชาวบ้านโดยไม่มีนายทุนเข้ามาเกี่ยวข้อง ชาวบ้านร่วมกันคิดจัดตั้งโฮมสเตย์แบบง่ายๆและแบ่งโครงสร้างการทำงานออกเป็นฝ่ายๆ เพื่อให้สมาชิกในกลุ่มรับผิดชอบในหน้าที่ เมื่อนักท่องเที่ยวมาพักที่โฮมสเตย์เจ้าของบ้านจะพาเที่ยวชมบริเวณรอบๆ ชมสวนพืชผักผลไม้ของชาวบ้าน และบริการอาหาร 2 มื้อ ได้แก่ อาหารเช้า และอาหารเย็น โดยคิดค่าบริการเป็นรายบุคคล 300 บาท/คน/ 1 คืน หากนักท่องเที่ยวต้องการเที่ยวชมยังสถานที่ต่างๆ ในพื้นที่ก็จะมีฝ่ายการให้บริการนำเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะ อาทิ รถตักฯ ของชาวบ้านในชุมชนนำเที่ยวโดยคิดค่าบริการ 300 บาทต่อคันนั่งได้ 8-10 คน โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยวรอบชุมชน ทางกลุ่มได้คิดวางแผนไว้สำหรับการท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี ไม่เพียงเฉพาะฤดูหนาวปลายปีเท่านั้น หากแต่ในช่วงฤดูกลางอื่นๆ ก็สามารถมาท่องเที่ยวที่เขาค้อได้ โดยสมาชิกในชุมชนร่วมกันคิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ กิจกรรมเที่ยวชมสวนผักผลไม้ในชุมชน กิจกรรมเที่ยวชมวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชน กิจกรรมเผาข้าวหลามลิ้มผิว กิจกรรมเที่ยวชมวัดไผ่พระ กิจกรรมพายเรือล่องแก่ง กิจกรรมปลูกป่า และกิจกรรมอื่นๆ

ทั้งนี้กลุ่มโฮมสเตย์เสี่ยงแห่ง 3 โดยผู้นำร่วมกับสมาชิกตั้งเป้าหมายของการจัดตั้งกลุ่มโฮมสเตย์บ้าน 1 หลัง สามารถรับนักท่องเที่ยวได้เฉลี่ยประมาณ 20 คน ต่อเดือน ในอัตราค่าบริการ 300 บาทต่อคน เมื่อคิดเป็นรายได้ประมาณ 6,000 บาทต่อเดือน หรือประมาณ 78,000 บาทต่อปี ซึ่งในกระบวนการจัดการนั้นฝ่ายต่างๆ ต้องร่วมมือกันในการบริหารจัดการเพื่อให้ผลดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมาย และนำไปสู่การสร้างรายได้เสริมโดยไม่ต้องลงทุนมากนัก เนื่องจากการให้บริการบ้านพักที่ชาวบ้านมีอยู่แล้วเพียงแต่มีการบริหารจัดการให้สามารถรองรับบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างประทับใจ และนอกจากจะเป็นรายได้เสริมแล้ว ทางกลุ่มชาวบ้านยังคาดหวังที่จะขายสินค้าผลผลิตทางการเกษตรให้กับนักท่องเที่ยวได้ซื้อกลับไปบริโภคและเป็นของฝาก

กลุ่มโฮมสเตย์บ้านหนองแม่นา เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศของกลุ่มชุมชนคนรักป่าหนองแม่นาซึ่งรับรางวัลดีเด่นจากกรมการท่องเที่ยว ทำให้มีนักท่องเที่ยวสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น และต้องการพักแรมแบบโฮมสเตย์ ชาวบ้านในชุมชนจึงรวมตัวจัดตั้งกลุ่มโฮมสเตย์ขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา การดำเนินงานของกลุ่มโฮมสเตย์บ้านหนองแม่นาเป็นการรวมกลุ่มของชาวบ้านหนองแม่นา โดยมีประธานกลุ่ม คือ นายสมพงษ์ ตุ่มคำ เป็นผู้นำกลุ่มในการบริหารจัดการกลุ่มโฮมสเตย์ มีการร่วมคิดร่วมวางแผนกับสมาชิกเจ้าของบ้านโฮมสเตย์ตั้งแต่การวางแผน เกี่ยวกับราคาที่พัก โดยคิดอัตราค่าบริการเป็นรายบุคคลๆ 400 บาทต่อ 1 คืน พร้อมอาหาร 2 มื้อ การบริการนำเที่ยว และกิจกรรมท่องเที่ยว อาทิ นั่งรถตักๆ ชมแปลงเกษตร และชมวิถีชีวิตชุมชน นั่งรถอีเก้งชมหิ้งห้อยภูเขา นั่งรถท่องเที่ยวรอบเขาค้อ ชมพระอาทิตย์ขึ้นชมทุ่งนางพญา ท่องเที่ยวภูทับเบิก-ภูหินร่องกล้า ส่องสัตว์ทุ่งแสลงหลวง นั่งเรือพายล่องลำน้ำเข็ก ชมผีเสื้อนานาพันธุ์ และชมแมงกะพรุนน้ำจืดแห่งเดียวในโลก ในการดำเนินงานนั้นทางกลุ่มได้มีการจัดโครงสร้างการทำงานโดยมีนายสมพงษ์ ตุ่มคำ เป็นผู้นำหรือประธานกลุ่มเป็นผู้บริหารงานและได้แบ่งงานออกเป็นฝ่ายให้สมาชิกกลุ่มร่วมดำเนินงานและร่วมรับผิดชอบในแต่ละหน้าที่ รวมถึงมีการติดตามการดำเนินงานและประเมินผลงาน อาทิ มีการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายของฝ่ายต่างๆ เป็นต้น

กล่าวสรุปได้ว่า กลุ่มโฮมสเตย์ทั้งสองกลุ่มได้นำกระบวนการจัดการสมัยใหม่ ภายใต้กระบวนการจัดการแบบ POLC ที่สามารถนำพาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ได้แก่ 1) การวางแผน (Planning) มีการวางแผนที่รัดกุม สมาชิกในกลุ่มได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและเสนอนโยบาย 2) การจัดองค์การ (Organizing) โดยมีการแบ่งหน้าที่การทำงานออกเป็นฝ่ายให้กับสมาชิกเป็นผู้รับผิดชอบงานอย่างชัดเจน 3) ผู้นำและการจูงใจ (Leading) มีผู้นำกลุ่มที่มีความสามารถ กล้าคิด กล้าตัดสินใจ ในการดำเนินกิจการขององค์กร 4) การติดตามควบคุม (Controlling/Monitoring) มีการติดตามควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มเพื่อนำพาองค์กรหรือกลุ่มโฮมสเตย์ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างชัดเจนคือ การรวมกลุ่มกันของชาวบ้านเพื่อเพื่อให้บริการที่พักแบบพักร่วมกับเจ้าของบ้านและให้บริการกิจกรรมทางการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อสร้างรายได้เสริมจากอาชีพหลัก และสร้างรายได้จากการขายสินค้าผลผลิตทางการเกษตรรวมถึงสินค้าแปรรูปจากชุมชน

3. การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์

3.1 กลุ่มโฮมสเตย์เสี่ยงแห่ง 3 เดิมมีสื่อประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ 3 สื่อ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อแผ่นพับ และสื่อเฟสบุ๊ค ซึ่งผู้วิจัยได้สำรวจและวิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของสื่อทั้ง 3 ประเภทแล้วจึงได้ร่วมกับชุมชนในการปรับปรุงพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ขึ้นใหม่อีก 3 สื่อ ดังนี้

1. สื่อแผ่นพับ (Leaflets) เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ปรับปรุงพัฒนาขึ้นใหม่ให้ทันสมัย สวยงามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Photoshop CS6 และ Adobe Illustrator CS6 เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย และกว้างไกลมากขึ้น เนื่องจากสื่อแผ่นพับมีข้อมูลรายละเอียด และมีภาพประกอบเพื่อสร้างความเข้าใจในพื้นที่ 1-2 หน้ากระดาษ A4 มีรูปแบบการพับเป็นขนาดต่างๆ ทำให้กะทัดรัด และพกพาได้ง่ายและสะดวก อีกทั้งต้นทุนการผลิตแผ่นพับมีราคาค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับสื่อประเภทอื่นๆ หากแผ่นพับมีการออกแบบ และนำเสนอเนื้อหาที่ดีจะช่วยส่งผลให้ภาพลักษณ์ขององค์กร หรือหน่วยงานดูดีและน่าสนใจ

2) สื่อป้ายกลางแจ้ง (The Painted Bulletins) บางครั้งเรียกว่า บิลบอร์ด (Billboard) เป็นสื่อที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นใหม่ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Photoshop CS6 และ Adobe Illustrator CS6 เนื่องจากที่ผ่านมาชุมชนยังไม่มีสื่อประเภทนี้ เป็นสื่อป้ายขนาดใหญ่ 2X3 เมตร เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่ย่านชุมชนบนอำเภอเขาค้อ หรือพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวขับรถผ่านไปมาเห็นได้ชัดเจน ในป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์จะประกอบด้วยภาพ และ ข้อความ เช่นเดียวกันกับแผ่นโฆษณาสิ่งพิมพ์ อื่นๆ แต่จะแตกต่างกันที่มีขนาดใหญ่ และมีความคงทนค่อนข้างสูง เพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์เสถียรแห่ง 3 ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย

3) สื่อวัตถุ (Material Media) เป็นสื่อที่ค้นพบระหว่างการลงพื้นที่เก็บข้อมูลวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการโฮมสเตย์เสถียรแห่ง 3 ซึ่งผู้วิจัยพบว่า ผลผลิตเมล็ดกาแฟที่ชาวบ้านเก็บและตากแห้งไว้แต่ไม่สามารถนำมาแปรรูปหรือรับประทานเองได้จึงนำประเด็นดังกล่าวมาศึกษาค้นคว้าและปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟในพื้นที่อำเภอเขาค้อ จึงเป็นที่มาของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน “กาแฟท้ายสวน” ซึ่งนับเป็นสื่อวัตถุที่ชุมชนเสถียรแห่ง 3 (Sender) ผลิตขึ้นเพื่อเป็นสินค้าของฝากจากชุมชน โดยทีมวิจัยได้ร่วมพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Photoshop CS6 และ Adobe Illustrator CS6 พร้อมทั้งตั้งชื่อสินค้า (Brand) ออกแบบตราสินค้า (Logo) พร้อมฉลากสินค้าบรรจุเนื้อหา (Massage) เกี่ยวกับสินค้ากาแฟสดท้ายสวนจากเขาค้อ พันธุ์ราบีก้า 100 เปอร์เซ็นต์ คั่วบดสำหรับชงดื่ม ราคาจำหน่ายมี 2 ขนาดได้แก่ แพ็คละ 50 บาท (บรรจุ 6 ถุงชง) แพ็คละ 100 บาท (บรรจุ 12 ถุงชง) สื่อสารผ่านสื่อวัตถุ (Material Media) จำหน่ายไปยังนักท่องเที่ยว (Receiver) เพื่อสร้างความประทับใจและจดจำ และเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่อำเภอเขาค้อแวะมาชิมและซื้อกาแฟท้ายสวนกลับไปเป็นของฝาก

3.2 กลุ่มโฮมสเตย์บ้านหนองแม่นา แต่เดิมทางกลุ่มฯ มีสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ 2 ประเภท ได้แก่ สื่อแผ่นพับ และสื่อเว็บไซต์ เพื่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านพักโฮมสเตย์บ้านหนองแม่นา ทีมผู้วิจัยจึงได้ร่วมคิดและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับชุมชน ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูล และสถานภาพของสื่อ พร้อมปรับปรุงแก้ไขส่วนที่เป็นจุดด้อยและข้อจำกัดต่างๆ และปรับปรุงพัฒนารูปแบบสื่อแผ่นพับให้ทันสมัย น่าสนใจ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น โดยพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ขึ้นมาใหม่ 2 ประเภท ดังนี้

1) สื่อแผ่นพับ (Leaflets) เป็นสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มโฮมสเตย์บ้านหนองแม่นา โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นพัฒนาให้มีรูปแบบ สีสันสดใส ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Photoshop CS6 และ Adobe Illustrator CS6 และปรับเนื้อหาที่สื่อสารเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวหลักได้โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวทางเลือกที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเน้นให้ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านพักโฮมสเตย์ แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนบ้านหนองแม่นาและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง กิจกรรมการท่องเที่ยวชมธรรมชาติ พายเรือล่องแก่งบางระจัน นั่งรถแท็กซี่ ชมสวนพืชผักผลไม้ กิจกรรมท่องเที่ยวในตอนกลางคืน เป็นต้น เพื่อสื่อสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายหลักที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบทางเลือก หรือแบบโฮมสเตย์

2) สื่อเฟซบุ๊กแฟนเพจ หรือเพจ (Facebook Fanpage) ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ Adobe Photoshop CS6 และ Adobe Illustrator CS6 เพื่อเป็นพื้นที่สื่อสาร หรือช่องทางการสื่อสาร (Channel) ประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์บ้านหนองแม่นาบนสื่ออินเทอร์เน็ต สำหรับการแสดงความคิดเห็น แจ้งข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์ ผ่านหน้าเพจเฟซบุ๊ก ซึ่งในหน้าเพจนี้ สามารถโพสต์ข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ทั้งภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว ข้อความตัวอักษร ข้อความเสียง ให้กับผู้ที่เข้ามาชมที่หน้าเพจสามารถเห็นข้อความนั้นได้ทันที เป็นสื่อประชาสัมพันธ์ที่สื่อสารสองทาง (Two-way Communication) ที่สามารถสื่อสารได้กว้างไกลและรวดเร็ว เมื่อเพจมีจำนวนของผู้ใช้งานมากเพิ่มขึ้นจะกลายเป็นแรงดึงดูดที่ทำให้คนอีกมากมายเข้ามาติดตามมากขึ้น

สรุปและวิจารณ์ผล

กลุ่มโฮมสเตย์เสถียรแห่ง 3 และกลุ่มโฮมสเตย์บ้านหนองแม่นา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก จัดตั้งกลุ่มโฮมสเตย์ขึ้นโดยชาวบ้านในชุมชนที่เป็นสมาชิกโฮมสเตย์ร่วมมือกันบริหาร

จัดการโดยผู้นำกลุ่มและสมาชิกเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ร่วมกันวางแผนเพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้กับกลุ่มบรรลุตามวัตถุประสงค์ เช่น มีการกำหนดราคาค่าที่พัก ค่าบริการนำเที่ยว ค่ากิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าอาหาร รวมถึงการเก็บรายได้ส่วนหนึ่งเป็นกองกลางเพื่อไว้บริหารจัดการกลุ่มเช่น ค่าประสานงาน ค่าโทรศัพท์ ค่าจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ ค่าอบรมสัมมนาของสมาชิก ฯลฯ เพื่อเป็นมาตรฐานในการดำเนินงานของกลุ่มโฮมสเตย์ ภายใต้แนวคิดการบริหารจัดการกลุ่มโฮมสเตย์ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัวและชุมชน ในยามว่างเว้นจากการประกอบอาชีพหลัก ด้วยการเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวได้พักค้างแรมด้วยโดยได้รับค่าตอบแทน แม้ว่าการดำเนินกิจการของกลุ่มซึ่งเป็นองค์กรที่มีขนาดเล็ก และมีสมาชิกจำนวนไม่มากนักแต่ก็มีกระบวนการบริหารจัดการแบบสมัยใหม่ที่สามารถนำพาองค์กรให้บรรลุเป้าหมายด้วยกระบวนการจัดการ 4 ขั้นตอนโดยมี 1) การวางแผน 2) การจัดองค์การ 3) ผู้นำและ 4) การจูงใจการติดตามควบคุม สอดคล้องกับแนวคิดของ ลูอิส อัลเลน ที่กล่าวไว้ว่า การบริหารจัดการงานขององค์การมีกระบวนการบริหารจัดการใหญ่ๆอยู่ 4 ประการได้แก่ 1) Planning 2) Organizing 3) Leading และ 4) Controlling/Monitoring (POLC) ที่ผู้บริหารทุกระดับจะต้องยึดหน้าที่ทางการจัดการ เพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดการ (ลูอิส อัลเลน, อ่างใน เทพศักดิ์ บุญรัตน์, 2553)

ในการบริหารจัดการโฮมสเตย์ทั้งสองกลุ่มให้ความสำคัญกับการสื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เพื่อเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น แต่มีข้อจำกัดไม่สามารถผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกระแสหลักซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่สูงได้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่จัดตั้งขึ้นโดยชุมชนขนาดเล็กเปิดบริการเพียงกลุ่มละประมาณ 5-7 หลัง และยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก จึงจัดอยู่ในกระบวนการท่องเที่ยวแบบทางเลือก (Alternative) ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ๆ ของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจัดการ (Community-based Tourism) (กาญจนา แก้วเทพ, 2557, น. 8) ดังนั้น ในการบริหารจัดการด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่มจึงต้องเป็นไปในลักษณะกระบวนการต้นแบบทางเลือก โดยเลือกพัฒนาสื่อเฉพาะกิจ หรือสื่อเฉพาะกลุ่ม เช่น แผ่นพับ สื่อป้ายกลางแจ้ง สื่อวัตถุ และสื่อเพลงสดุด เป็นเครื่องมือสื่อสารประชาสัมพันธ์ เนื่องจากเป็นสื่อที่มีค่าใช้จ่ายในการผลิตที่ค่อนข้างต่ำ และยังสามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้โดยตรง นอกจากนี้ยังพบว่า ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน “กาแฟท้ายสวน” เป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บ้านเสลียงแห่ง 3 ได้อีกทางหนึ่ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์กาแฟท้ายสวน เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าที่ชุมชนผลิตขึ้นเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งหากมองผ่านกระบวนการสื่อสาร SMCR ก็จะสามารถวิเคราะห์ได้ว่า “ผลิตภัณฑ์กาแฟท้ายสวน” เป็นสื่อวัตถุที่ชุมชนเสลียงแห่ง 3 (Sender) ผลิตขึ้นเพื่อเป็นสินค้าของฝากจากชุมชนที่บรรจุเนื้อหา (Message) เกี่ยวกับสินค้ากาแฟสดจากเขาต่อในรูปแบบข้อความบนฉลาก สื่อสารประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง/หรือสื่อ (Channel) ผ่านผลิตภัณฑ์สินค้าซึ่งนับเป็นสื่อวัตถุ (Material Media) ที่สื่อสารไปยังผู้ซื้อที่เป็นนักท่องเที่ยวหรือผู้รับสาร (Receiver) ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า สื่อวัตถุ สินค้า ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุเนื้อหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัตถุนั้นได้ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการส่งสารจากผู้ผลิตหรือผู้ส่งสารไปยังผู้ซื้อหรือผู้รับสาร ได้โดยมีความสัมพันธ์ทางสังคมแบบตลาด และการแลกเปลี่ยนค้าขายสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติรัฐ ธรรมจง (2553) ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จ.ราชบุรี พบว่า คณะกรรมการของชุมชนได้นำเอาองค์ประกอบของการสื่อสารการตลาดด้านบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หรือหีบห่อสำหรับบรรจุสินค้า ซึ่งเป็นสื่อวัตถุที่ทำหน้าที่ในการสื่อสารประชาสัมพันธ์สรรพคุณ วิธีการใช้ผ่านฉลาก การออกแบบใช้สีสັນในบรรจุภัณฑ์ และมีโลโก้ของสินค้า โดยส่วนประกอบเหล่านี้จัดเป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดตัวสุดท้ายก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนั้น ในการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์สินค้าของฝาก ของที่ระลึกจากชุมชน จึงนับเป็นสื่อวัตถุที่มีความสำคัญสามารถสื่อสารประชาสัมพันธ์จูงใจให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในชุมชนได้อีกช่องทางหนึ่ง ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ สุขาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ และทิพย์พรุ ฤกษ์สุนทร (2554, น. 253) กล่าวว่า สิ่งของหรือวัตถุใดๆ จะอยู่ในสถานะเป็นสื่อได้จะต้องปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมายแบบสื่อ (Role Assignment) เช่น ทำหน้าที่เป็นพาหนะนำพาข่าวสารจากผู้ส่งไปยังผู้รับสาร (Transmission of message) หรือทำหน้าที่เป็น “แม่สื่อ แม่ชัก” (Mediator) ในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคู่การสื่อสารทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาบริบทของกลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ยังไม่มีการศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานของกลุ่มท่องเที่ยวโฮมสเตย์ การวิจัยครั้งต่อไปน่าจะมีการศึกษาในประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการกลุ่มว่ามีลักษณะอย่างไร และมีปัจจัยใดบ้างที่เกี่ยวข้อง
2. การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มโฮมสเตย์ อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ยังขาดการศึกษาด้านการประเมินผลการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาประเด็นดังกล่าวเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2557). การสื่อสาร-การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ และทิพย์พชร กฤษสุนทร. (2554). สื่อพื้นบ้านศึกษาในสายตานักเทศาสนตร์. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- กรมการท่องเที่ยว (มปป.). (2560). มาตรฐานโฮมสเตย์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.homestaythai.net/Homestays>. (วันที่ค้นข้อมูล : 8 เมษายน 2560).
- เทพศักดิ์ บุญรัตน์พันธุ์. (2553). ในองค์การและการจัดการทรัพยากรมนุษย์. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อิทธิรัฐ ธรรมจง. (2553). การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : ศึกษาเฉพาะกรณี ตลาดเก่า 119 ปี เจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปรีชัย นามสิมา. (2560). ผู้นำกลุ่มโฮมสเตย์บ้านเสลียงแห่ง 3 ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์. ให้สัมภาษณ์, 22 พ.ค. 2560. รักชนก สมศักดิ์ ผู้สัมภาษณ์. กระบวนการบริหารจัดการกลุ่มโฮมสเตย์เสลียงแห่ง 3
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (มปป.). (2560). ชุมชนหนองแม่นา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.cbt-i.or.th>. (วันที่ค้นข้อมูล : 30 มิถุนายน 2560).
- สมพงษ์ ตุ่มคำ. (2560). ผู้นำกลุ่มโฮมสเตย์บ้านหนองแม่นา ต.หนองแม่นา อ.เขาค้อ จ.เพชรบูรณ์. ให้สัมภาษณ์, 16 ก.พ. 2560. รักชนก สมศักดิ์ ผู้สัมภาษณ์. กระบวนการบริหารจัดการกลุ่มโฮมสเตย์บ้านหนองแม่นา

