

แนวทางการจัดการอัตลักษณ์โฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี
และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Thai Homestay on Identity Management: A Case Study of Phetchaburi Province
and Prachuapkhirikhan Province

ระชานนท์ ทวีผล¹

Rachanon Taweephol¹

Corresponding author's E-mail: rachanon@ms.su.ac.com¹

(Received: December 28, 2018; Revised: February 14, 2019; Accepted: April 17, 2019)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) การวิเคราะห์จุดเด่นของโฮมสเตย์ไทย และ 2) แนวทางการสร้างอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีวิทยาการศึกษากรณีเฉพาะ รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์จำนวน 12 คน ผลการศึกษาพบว่า ทำเลที่ตั้งตามหลักภูมิศาสตร์รวมทั้งสถาปัตยกรรมผ่านโครงสร้างอาคารที่พิกเป็นจุดเด่นของโฮมสเตย์ไทย ซึ่งนำไปสู่การส่งเสริมให้เกิดการจัดการอัตลักษณ์โฮมสเตย์ที่ต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้แก่ 1) ด้านกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ 2) ด้านการบริหารต้นทุนและรายได้ 3) ด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล 4) การกำหนดตลาดเป้าหมายและการประชาสัมพันธ์ 5) ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น

คำสำคัญ: การจัดการ อัตลักษณ์ โฮมสเตย์ไทย

Abstract

This study aims to investigate 1) analysis the highlight of the Thai homestay and 2) the guidelines to create an identity of Thai homestay, case study: Phetchaburi Province and Prachuapkhirikhan Province. This study was qualitative research that using a case study approach, collecting information from in-depth interview from 12 main informants who are homestay entrepreneurs. The finding found that location based on geography including the architecture of the building structure is a highlight of the Thai homestay. It leads to promote identity of homestay that requires homestay elements both inside and outside the organization include: 1) activities to promote learning, 2) the revenue and cost management, 3) human resource management, 4) in determining the target market and public relations, 5) the management of relations with the local community.

Keywords: management, identity, Thailand homestay

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

¹ Lecturer, Hotel Management Department Program, Faculty of Management Sciences, Silpakorn University

ความเป็นมาของปัญหา

จุดเริ่มต้นของการแสวงหาการพักผ่อนที่ให้ประสบการณ์แตกต่างไปจากเดิม โดยผู้คนเริ่มหันมาเลือกจุดหมายปลายทางจากเมืองเขตเมืองเศรษฐกิจขนาดใหญ่ไปยังพื้นที่ที่มีระบบนิเวศทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ซึ่งผลสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในช่วง ไตรมาสที่ 2 ของปี 2561 พบว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 2.3 ล้านคน จะตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวใน เมืองชนบทหรือเมืองรองใน 55 จังหวัดของประเทศไทย โดยมีที่พักรองรับมากกว่า 8,382 แห่ง ประกอบกับทางรัฐบาลยังคงสนับสนุนนโยบายการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2561) ในขณะที่ผลการวิจัยของเว็บไซต์ยอดนิยมสำหรับการสำรองห้องพักอย่างบูคิงคอตคอมคาดการณ์ว่ากระแสการท่องเที่ยวในปี 2562 จะมีการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มนักเดินทางที่เป็นคนรุ่นใหม่จะมีระยะเวลาการเดินทางที่สั้นลง พร้อมกับการคำนวณค่าใช้จ่ายอย่างคุ้มค่า โดยคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคยหรือไม่เคยไปมาก่อน รวมทั้งมีความสนใจที่จะทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชน เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์การเรียนรู้และความสนุกสนาน ซึ่งจะต้องมีการศึกษาข้อมูลการเดินทางล่วงหน้าเกี่ยวกับวัฒนธรรมและข้อปฏิบัติในแต่ละพื้นที่ (Verghese, 2018)

จากการรายงานของกรมการพัฒนาชุมชน (2561) อธิบายความน่าหลงใหลของแหล่งท่องเที่ยวในเขตชนบทมาจากการนำทรัพยากรของท้องถิ่นที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มด้วย การดัดแปลงถิ่นที่อยู่อาศัยของคนในชุมชนมาเป็นที่พักอาศัยแก่ผู้มาเยือน พร้อมกับการดูแลรักษาความสะอาดและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกในลักษณะของ “โฮมสเตย์” ที่ในหลายหมู่บ้านเริ่มหันมาให้ความสนใจซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แบ่งตามลักษณะของจิตวิทยาตามขนาดของตลาดจำนวน 1.3 ล้านคน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางการใช้จ่าย คือ กลุ่มที่นิยมใช้เวลาร่วมกับคนในท้องถิ่น ภายใต้มุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนการเรียนรู้อันมีคุณค่ามากกว่าการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมราคาแพงภายในห้างสรรพสินค้า และจะพยายามหลีกเลี่ยงความวุ่นวายของชุมชนเมือง (แบรนดท์ เมทริกซ์ รีเสิร์ช, 2561)

สำหรับโฮมสเตย์เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางเลือก ที่นำเสนอแนวคิดของธุรกิจที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้าน มีจำนวนห้องพักไม่เกินกว่า 4 ห้อง สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักอาศัยไม่เกิน 20 คน มีการกำหนดอัตราค่าบริการตอบแทนและมีสิ่งอำนวยความสะดวก สอดคล้องกับนิยามแห่งพระราชบัญญัติโรงแรมปี 2547 เป็นลักษณะที่พักรักษาแบบชั่วคราวเท่านั้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กรมการท่องเที่ยว, 2558) อย่างไรก็ตามการเพิ่มจำนวนของโฮมสเตย์ยังก่อให้เกิดสภาวะการแข่งขันของธุรกิจโฮมสเตย์ไทยจำเป็นต้องอาศัยการประเมินศักยภาพของกิจการ พร้อมกับการจัดทำแผนการปฏิบัติงานสำหรับสมาชิกในแต่ละหน้าที่ ซึ่งมีส่วนช่วยให้กิจการลดต้นทุนการผลิตและความผิดพลาดของขั้นตอนต่างๆ ในการให้บริการ โดยในแต่ละขั้นตอนจะต้องอาศัยการวางแผนที่มีประสิทธิภาพสามารถอธิบายข้อค้นพบที่มีส่วนช่วยส่งเสริมการบริการ รวมถึงสิ่งที่เป็นปัญหาต่อการบริหารจัดการสามารถกำหนดเป็น 2 ขั้นตอน 1) การวิเคราะห์ปัจจัยภายในบ้านและการบริการสนับสนุนต่างๆ และ 2) การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมและชุมชน (ระชานนท์ ทวีผล, 2560)

ตามที่ได้กล่าวมาโฮมสเตย์ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของทรัพยากรท้องถิ่นมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค การดำเนินธุรกิจที่พักขนาดเล็กถึงแม้ว่าจะต้องพบอุปสรรคด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการ

ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวผู้เข้าพัก แต่ในทางกลับกัน สามารถสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน หากทางผู้ประกอบการสามารถผสมผสานกิจกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่แก่ผู้เข้าพัก อีกทั้งยังสามารถกำหนดอัตราค่าบริการในระดับที่สูงขึ้นและเป็นการกระจายรายได้แก่ชุมชนท้องถิ่น อย่างไรก็ตามโฮมสเตย์ไทยยังสามารถพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภายใต้แนวคิด H.A.R.P ประกอบด้วย 1) บ้าน (Home) ที่ต้องตระหนักถึงการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ดั้งเดิมของท้องถิ่น 2) กิจกรรม (Activity) เปิดโอกาสให้เข้าผู้เข้าพักมีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 3) วิถีชีวิตของจริง (Real life) นำเสนอการดำรงของผู้คนในชุมชนเกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพของชาวบ้าน รวมถึงการเรียนรู้ประเพณีงาน และ 4) ผลิตภัณฑ์ชุมชน (Product) การสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบต่างๆ จากวัตถุดิบท้องถิ่น และการนำไปจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าของชุมชน (วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์, 2561)

นอกจากนี้ การนำสถาปัตยกรรมพื้นถิ่นเป็นอีกหนึ่งวิธีการนำเสนออัตลักษณ์โฮมสเตย์ไทยให้เห็นถึงความงามอ่อนช้อยของศิลปะในถิ่นที่อยู่อาศัยแบบดั้งเดิม อาจปรากฏในลักษณะเรือนไทยโบราณเก่าแก่ อีกทั้งยังโฮมสเตย์ที่เกิดขึ้นใหม่จะมีการดัดแปลงต่อเติมอาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความร่วมสมัยได้แก่ หลังคา หอน้ำ และลานเอนกประสงค์ เพื่อรองรับกลุ่มผู้รับบริการให้มากยิ่งขึ้น สำหรับทำเลที่ตั้งของโฮมสเตย์จะสามารถรับชมทิวทัศน์การประกอบอาชีพของคนชุมชนในยามเช้า (วินัย วัฒนศิริธรรม, 2554) เช่นเดียวกับข้อค้นพบอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ไทยจากการศึกษาของมณีรัตน์ สุขเกษม และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2560) อธิบายว่าชาติพันธุ์เป็นต้นกำเนิดของอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ที่กลุ่มของเจ้าบ้านต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับบริบท

ชุมชนดั้งเดิม เพื่อการเตรียมความพร้อมในการเป็นเจ้าบ้านสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน เช่น สถาปัตยกรรม ประเพณีความเชื่อ รายการอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้ การสืบสาน อัตลักษณ์ด้วยการใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนและการละเล่นพื้นบ้าน ตลอดจนการปลูกฝังจิตสำนึกของชาวบ้านให้เกิดความหวงแหนและความภาคภูมิใจของมรดกทางวัฒนธรรม จะช่วยให้อัตลักษณ์ของโฮมสเตย์มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตามโฮมสเตย์ไทยเป็นที่พักทางเลือกขนาดเล็กสำหรับคนยุคใหม่ที่กลายเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการที่จะต้องศึกษาต้นทุนทางชุมชน เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของบ้านพักอาศัยให้เกิดความน่าสนใจ ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของห้องพัก การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ และการนำทรัพยากรทางการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นเข้ามาส่วนหนึ่งของกิจกรรมแก่ผู้เข้าพัก นอกจากนี้ อัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ยังสนับสนุนความเชื่อมั่นของการให้บริการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “การจัดการอัตลักษณ์โฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์” ซึ่งภายในเขตพื้นที่มีผู้ประกอบการโฮมสเตย์จำนวนมาก ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นต้นแบบในการบริหารจัดการคุณภาพของธุรกิจที่พักขนาดเล็กที่เกิดขึ้นจากชุมชนท้องถิ่นด้วยความโดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้มาเข้าพักทุกยุคทุกสมัย อีกทั้งยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์จุดเด่นของโฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) อธิบายความรู้ความเข้าใจจากกฎความเป็นสากลที่ได้ผ่านกระบวนการที่เป็นระบบด้วยการให้ความหมายที่แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีวิทยาการกรณีศึกษาเฉพาะ (Case study approach) เพื่อสะท้อนแนวทางการศึกษาประเด็นเฉพาะในขอบเขตพื้นที่ที่มีปริมาณข้อมูลไม่มากจากธุรกิจที่พิกขนาดเล็กประเภทโฮมสเตย์ภายในจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เท่านั้น เพื่อเปรียบหน่วยข้อมูลที่มีรูปแบบใกล้เคียงกัน (ชาย ไพริสิตา, 2556)

2. การกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยนี้ คือ กลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ จำนวน 12 คน ที่มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 2 ปี อีกทั้งยังเป็นกลุ่มของผู้ที่ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการและกำหนดนโยบายการบริการและการเชื่อมโยงกิจกรรมจากแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นตามเงื่อนไขของกรมการท่องเที่ยว (2558) จากสถานประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายทั้งสิ้น 12 แห่ง ประกอบด้วยเขตจังหวัดเพชรบุรี 8 แห่ง ได้แก่ 1) สบายใจโฮมสเตย์ 2) เรือนลีลาวดีโฮมสเตย์ 3) บ้านปันสุขเพชรบุรีโฮม สเตย์ 4) บางตะปุ่นโฮมสเตย์ 5) บ้านวิวเขาโฮมสเตย์ 6) คุณยายเขียวโฮมสเตย์ 7) บ้านถ้ำเสือ 8) บ้านไร่ริมธาร และในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 4 แห่ง ได้แก่ 1) นิชาโฮมสเตย์ 2) ปลายน้ำโฮมสเตย์ 3) บ้านพุดิน และ 4) บ้านลุงซาโฮมสเตย์

ซึ่งคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคนจะเป็นตัวแทนในการบอกเล่าเรื่องราวของกิจการและความหมายของอัตลักษณ์โฮมสเตย์ไทยภายในเขตพื้นที่การศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สำหรับการเทียบเคียงค่าสถิติของจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 12 คน ผู้วิจัยสามารถเปรียบเทียบค่าความคาดเคลื่อนไม่ต่ำกว่า 0.50 โดยการ

ประยุกต์เทคนิคการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามที่จะคัดเลือกค่าที่มากกว่า 0.50 ขึ้นไป (Macmillan, 1971)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่มีข้อคำถามปลายเปิดที่ดัดแปลงให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่

3.1 จุดเด่นของโฮมสเตย์ที่สามารถสร้างความน่าสนใจแก่ผู้เข้าพักเป็นอย่างไร

3.2 อัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ไทยสามารถสร้างได้อย่างไร

นอกจากนี้ ผู้วิจัยต้องจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์จากทางมหาวิทยาลัยศิลปากร สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลล่วงหน้า 3 เดือน ตลอดจนการใช้วิธีการบันทึกเสียงผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วยโทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายภาพ และสมุดจดบันทึก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นการรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งที่มา ได้แก่ ข้อมูลทุติยภูมิจากการทบทวนหนังสือ ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในขอบเขตเนื้อหาของโฮมสเตย์ไทย การดำรงอัตลักษณ์ การจัดการธุรกิจที่พิกขนาดเล็ก และข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก ควบคู่กับการเข้าไปสำรวจจุดให้บริการต่างๆ ของโฮมสเตย์ทั้ง 12 แห่ง ภายในขอบเขตระยะเวลาดังตั้ง 5 สิงหาคม - 27 พฤศจิกายน 2561

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและการตรวจสอบความน่าเชื่อถือหลังจากการที่ผู้วิจัยจับคู่ เพื่อลดจำนวนข้อมูลด้วยหลักวิธีการแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งผู้วิจัยจึงเลือกใช้ทั้งหมด 3 ด้าน (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2554) ได้แก่ 1) ข้อมูลตามจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักภายใต้ปรากฏการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป 2) จำนวนนักวิจัยและ

ผู้ช่วยนักวิจัยที่มากกว่า 1 คน ร่วมกันเรียบเรียงข้อมูล วิเคราะห์ และสังเคราะห์ชุดความรู้ตามวัตถุประสงค์ ของการวิจัย และ 3) วิธีการเก็บข้อมูลที่หลากหลายด้วยการ สัมภาษณ์เชิงลึก ร่วมกับการขออนุญาตเข้า สังเกตการณ์ภายในพื้นที่

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์จุดเด่นของโฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ความแตกต่างของระบบนิเวศทางธรรมชาติตาม ขอบเขตพื้นที่การศึกษาเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถ นำมาใช้เป็นสิ่งดึงดูดความสนใจแก่ผู้เข้าพักได้สัมผัส ความงดงามของทำเลที่ตั้ง ได้แก่ 1) จังหวัดเพชรบุรีที่มี โครงสร้างทางภูมิศาสตร์ประกอบไปด้วยภูเขา ป่าไม้ และ แม่น้ำ 2) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีลักษณะทางกายภาพ ประกอบด้วยท้องทะเลและชายหาดทอดยาวอันเงียบสงบ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ยังสามารถเชื่อมโยง กิจกรรมพิเศษที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอาชีพที่สะท้อนวิถีชีวิต ของคนในชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้ผู้เข้าพักได้รับความรู้จาก ประสบการณ์ที่ได้ลงมือ เช่น การทำฟาร์มปศุสัตว์ การ ปลูกพืชผักสวนครัว การทำนา การทำไร่ผลไม้ การทำ ประมง เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดเป็นกิจกรรมที่ผู้ประกอบการจะ ส่งเสริมให้ผู้เข้าพักได้สัมผัสวิถีชีวิตประจวบอาหารด้วย ตระหนักรู้ว่าการเข้าพัก สำหรับรายละเอียดของจุดเด่นใน แต่ละพื้นที่สามารถแสดงเพิ่มเติมดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จุดเด่นของโฮมสเตย์จากกรณีศึกษาจากการ สัมภาษณ์เชิงลึก

โฮมสเตย์	ขอบเขตพื้นที่	จุดเด่น
สบายใจ โฮมสเตย์	อ.แก่งกระจาน จ.เพชรบุรี	1. แม่น้ำและภูเขา 2. จุดตกปลา 3. จุดกลางเต้นท์

ตารางที่ 1 (ต่อ)

โฮมสเตย์	ขอบเขตพื้นที่	จุดเด่น
เรือนลีลาวดี โฮมสเตย์	อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี	1. เรือนไทย 2. ห้องคาราโอเกะ
บ้านปันสุข เพชรบุรี โฮมสเตย์	อ.เมือง จ.เพชรบุรี	1. การปลูกผัก 2. การเลี้ยงปลา 3. การทำฟาร์ม
บางตะปุ่น โฮมสเตย์	อ.บ้านแหลม จ.เพชรบุรี	1. บ้านพักเรือนไม้ 2. ชมพระอาทิตย์ตก
บ้านวิวเขา โฮมสเตย์	อ.แก่งกระจาน จ.เพชรบุรี	1. เนินเขา 2. บ้านพักแบบกลางเต้นท์ 3. การเก็บแมลง
นิชาโฮมสเตย์	อ.หัวหิน จ.ประจวบฯ	1. ดาดฟ้า 2. นำสัตว์เลี้ยงเข้าพักได้
ปลายน้ำ โฮมสเตย์	อ.ปราณบุรี จ.ประจวบฯ	1. การใช้พลังงานจาก แสงอาทิตย์ 2. กิจกรรมผจญภัยทางน้ำ
คุณยายเขียว โฮมสเตย์	อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี	การเก็บวัตถุดิบประกอบอาหาร จากไร่สวน
บ้านพุดิน	อ.สามร้อยยอด จ.ประจวบฯ	1. บ้านดิน 2. ราคาต่อห้องได้
บ้านถ้ำเสือ	อ.แก่งกระจาน จ.เพชรบุรี	1. ธรรมชาติ 2. การทำเกษตร 3. Wi-Fi
บ้านไร่ริมธาร	อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี	กิจกรรมผจญภัยทางน้ำ
ลุงชาโฮมสเตย์	อ.สามร้อยยอด จ.ประจวบฯ	1. ภูเขาติดแม่น้ำ 2. การนอนมุ้ง 3. วิถีชาวบ้าน

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าโฮมสเตย์ในเขต จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจุดเด่นทั้งสิ้น 3 ด้าน ได้แก่ 1) จุดเด่นเชิงพื้นที่ตามลักษณะของทำเลที่ตั้ง ในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ เช่น ภูเขาสูง ที่ราบลุ่มแม่น้ำ ชายฝั่งทะเล 2) จุดเด่นเชิงสถาปัตยกรรม

การออกแบบ ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทยทั้งสิ้นในลักษณะต่างๆ ได้แก่ บ้านเรือนไทย บ้านกระท่อมไม้ บ้านพักแบบกลางเดันท์ และบ้านดิน ซึ่งผู้ประกอบการยังคงพัฒนาคุณภาพของห้องพัก อย่างต่อเนื่อง พร้อมกับการเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าพัก เริ่มต้นจากการเพิ่มเครื่องปรับอากาศเพื่อลดอุณหภูมิภายในห้องพักช่วงฤดูร้อน รวมทั้งการติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายความเร็วสูงให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการยุคปัจจุบัน 3) จุดเด่นเชิงกิจกรรมจากแนวคิดของผู้ประกอบการโฮมสเตย์บางราย ยังมีมุ่งไว้คอยให้บริการเพื่อให้ประสบการณ์การเข้าพักมีความใกล้เคียงกับวิถีชีวิตของชนบท พร้อมกับการนำเสนอทรัพยากรทางด้านวัฒนธรรมด้วยศิลปะพื้นบ้านผ่านโครงสร้างของห้องพัก รวมถึงการสร้างความคิดริเริ่มกิจกรรมผจญภัยทางน้ำ เช่น เรือแคนู ล่องแก่ง เป็นต้น ตลอดจนการให้ความสำคัญการเพิ่มพื้นที่สวนกลางลักษณะอื่นๆ เช่น ห้องคาราโอเกะ ศาลาเอนกประสงค์ จุดทำแคมป์ไฟ เป็นต้น

2. แนวทางการสร้างอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งจะต้องอาศัยกระบวนการจัดการดังต่อไปนี้

2.1 ด้านการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ พบว่า ผู้ประกอบการอาศัยข้อได้เปรียบของทำเลที่ตั้งเพื่อนำเสนอกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพทางการเกษตรและทรัพยากรในชุมชนท้องถิ่น โดยเริ่มต้นจากการรับซื้อวัตถุดิบปลอดสารพิษสำหรับนำมาใช้ประกอบอาหารแก่ผู้เข้าพัก รวมถึงการเผยแพร่รายการอาหารพื้นถิ่นภายใต้แนวคิดดังบทสัมภาษณ์ “กินง่าย อยู่ง่าย สไตล์ชาวบ้าน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3, 2562) พร้อมทั้งการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าพักสามารถประกอบอาหารได้ด้วยตนเอง ซึ่งโฮมสเตย์บางแห่งยังนำเสนอแนวคิดเกษตร

อินทรีย์แก่ผู้เข้าพักได้เรียนรู้ โดยเฉพาะบ้านพุทดินและบ้านถ้ำเสือที่มีการสาธิตกรรมวิธีการทำปุ๋ยหมัก ตลอดจนการปลูกพืชผักสวนครัวภายในที่พักอาศัย นอกจากนี้ พบว่าโฮมสเตย์ส่วนมากยังเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนเพื่อเยี่ยมชมภูมิปัญญาในการประกอบอาชีพของชาวบ้าน เช่น ประมงน้ำจืด ไร่ไวน์องุ่น ไร่เมล่อน การทำข้าวเกรียบ-ขนมครก การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว งานหัตถกรรมจักสาน เป็นต้น รวมทั้งการจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวระยะสั้นเพื่อเยี่ยมชมทัศนียภาพภายในหมู่บ้านและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของในแต่ละอำเภอ อาทิ สันเขื่อน น้ำตก

2.2 ด้านการบริหารต้นทุนและรายได้ พบว่าผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะเริ่มต้นจากการนำบ้านพักอาศัยและที่ดินของตนเองมาดัดแปลงเพื่อรองรับจำนวนผู้เข้าพัก ในขณะที่ผู้ประกอบการบางราย อาทิ บ้านพุทดินที่ใช้ดินกับฟาง และลุงชาโฮมสเตย์ที่ใช้เศษไม้จากต้นมะพร้าวเหลือใช้ในการสร้างเรือนพักอาศัย โดยไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณการก่อสร้างที่สูงมากนัก ดังบทสัมภาษณ์ “พี่ใช้ดิน แล้วก็ตกแต่งเอง จะเอาขวดเบียร์มาทำเป็นหน้าต่างมาแทรกตรงไหน ก็ทำเดี๋ยวนั้นเลย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9, 2562) จากนั้นจึงมีการต่อเติมไปอาคารสำหรับใช้เป็นห้องพักอาศัย ห้องน้ำ ห้องครัว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามความต้องการในแต่ละฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งในขณะเดียวกันโฮมสเตย์บางแห่งได้ใช้ที่ดินว่างเปล่าร่วมกับเงินลงทุนอยู่ที่ประมาณ 1,000,000 – 2,000,000 บาท ด้วยจำนวนห้องพักตั้งแต่ 1 – 10 ห้อง ในขณะที่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์บางรายใช้งบประมาณสูงสุดถึง 1,000,000 บาท เพื่อปรับปรุงห้องพักจำนวน 1 ห้อง โดยโฮมสเตย์แต่ละแห่งจะมีการกำหนดอัตราค่าบริการต่อคืนที่แตกต่างกันไปตามเงื่อนไขของจำนวนผู้เข้าพักอาศัยดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การกำหนดราคาค่าบริการ

จำนวนผู้เข้าพัก	ค่าบริการ
1-2 คน	300 – 800 บาท
3-4 คน	500 – 1,200 บาท
5 คน ขึ้นไป	2,5000 – 3,000 บาท

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นถึงการสร้างเงื่อนไขค่าบริการ ซึ่งผู้ประกอบการได้กำหนดอัตราส่วนของกำไรต่อคืนคิดเป็นร้อยละ 50 ของเงินในการสร้างห้องพักอาศัย 1 ห้อง แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการบางรายได้ใช้กลยุทธ์การตั้งราคาห้องพักแบบพิเศษที่รวมอาหารเช้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเช่นเดียวกับธุรกิจโรงแรมทั่วไป

2.3 ด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล พบว่าผู้ประกอบการโฮมสเตย์ร่วมกับสมาชิกในครอบครัวจะทำหน้าที่ในการดูแลต้อนรับผู้เข้าพักทุกคน โดยไม่มีการแบ่งหน้าที่เอาไว้อย่างชัดเจน ซึ่งภายในโฮมสเตย์แต่ละแห่งจะมีสมาชิกประมาณ 3 - 4 คน สำหรับขอบเขตหน้าที่จะมุ่งเน้นการทำงานที่มีความยืดหยุ่นสามารถหมุนเวียนเปลี่ยนตำแหน่งงานกันได้ตลอดเวลา ได้แก่ 1) งานต้อนรับและการทำทะเบียนผู้เข้าพัก 2) งานทำความสะอาดห้องพักและบริเวณอื่นๆภายในบ้าน 3) งานซักผ้า 4) งานประกอบอาหารและเครื่องดื่ม 5) งานไม้ซ่อมบำรุง 6) งานสวน 7) งานดูแลกิจกรรมและนันทนาการทางน้ำ ในขณะที่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์จำนวนมากยังคงไม่มีแผนการพัฒนาการฝึกอบรมพัฒนาสมาชิกให้มีทักษะการบริการที่สูงขึ้น แต่จะใช้การประชุมแบบไม่เป็นทางการในช่วงตอนเช้า เพื่อชี้แจงปัญหาและประเด็นสำคัญอื่นๆ ที่สมาชิกต้องรับทราบ เช่นเดียวกับความรู้ทางบัญชีและการประชาสัมพันธ์เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการ นอกจากนี้เรื่อนลีลาวดีโฮมสเตย์ยังนำความรู้เกี่ยวกับการจัดการห้องพักมาจากธุรกิจโรงแรมที่ตนเองเคยมีส่วนร่วมในฐานะหุ้นส่วนเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการ

วางตำแหน่งงาน การจัดสรรสวัสดิการ และการจูงใจสมาชิกในครอบครัวให้มีจิตใจรักการบริการ แต่สำหรับโฮมสเตย์บางแห่ง อาทิ ปลายน้ำโฮมสเตย์จะการใช้บุคลากรแบบจ้างรายวัน วันละ 400 บาท เพื่อเข้ามาปฏิบัติหน้าที่ช่วงเทศกาลวันหยุดที่มีผู้เข้าพักเป็นจำนวนมากดังบทสัมภาษณ์ “ไม่ใช่คนในบ้านของเรา ก็มีนะ แต่ไม่ได้มาทุกวันหรอก วันไหนพิเศษก็ 400 เขาก็มาให้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 7, 2562)

2.4 ด้านการกำหนดตลาดเป้าหมายและการประชาสัมพันธ์ พบว่า ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะคัดเลือกกลุ่มตลาดเป้าหมายจำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้เข้าพักชาวไทยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักประกอบด้วย 1) กลุ่มนักเรียน-นักศึกษาที่นิยมเดินทางมาทำกิจกรรมเป็นหมู่คณะและการผจญภัยทางน้ำ รวมทั้งกลุ่มคณะศึกษาดูงาน 2) กลุ่มครอบครัวที่นิยมทำกิจกรรมในวันหยุดสุดสัปดาห์ 3) กลุ่มวัยทำงานที่นิยมพบปะสังสรรค์กับเพื่อนร่วมงานในองค์กร สำหรับคุณยายเจียวโฮมสเตย์จะเพิ่มกลุ่มผู้เข้าพักที่นิยมขี่จักรยานเข้ามาเป็นตลาดเป้าหมายรองดังบทสัมภาษณ์ “คนขี่จักรยานมี มีกับเขารู้กันว่าต้องมาพักที่ไหน ที่นี้ก็จะมียะเยะ พอเห็นมีจักรยานมาด้วยทางเราจะรู้ทันที” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8, 2562)

ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายรองส่วนใหญ่จะเป็นผู้เข้าพักชาวต่างชาติ ได้แก่ กลุ่มสะพายเป้ กลุ่มของผู้ที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์กับชุมชนท้องถิ่น และกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบธรรมชาติ เนื่องจากข้อจำกัดของห้องพักสำหรับการให้บริการมีจำกัด ผู้ประกอบการทุกคนจึงไม่มีความจำเป็นต้องเลือกใช้เว็บไซต์ที่เป็นทางการ (Official website) เหมือนกับธุรกิจโรงแรมทั่วไป ที่สามารถเลือกจำนวนห้องพักและดำเนินการชำระค่าบริการได้ทันที แต่สำหรับผู้ประกอบการบางรายจะเลือกใช้เว็บไซต์คนกลางสำหรับการจัดจำหน่ายห้องพัก (OTA: Online Travel

Agent) ได้แก่ อโกด้า (Agoda) เอ็กซ์พีเดีย (Expedia) ทราเวลโลก้า (Traveloka) และแอร์บีเอ็นบี (Airbnb) สำหรับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวและกิจกรรมต่างๆ ของผู้ประกอบการจะเลือกใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) ในการเผยแพร่ข้อความ รูปภาพ และภาพเคลื่อนไหว แต่สำหรับบ้านปั้นสุขเพชรบุรีโฮมสเตย์และบ้านวิวเขาโฮมสเตย์จะนำกลุ่มบล็อกเกอร์ (Blogger) เข้ามาช่วยนำเสนอประสบการณ์ในการเข้าพักในกลุ่มของผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์

2.5 ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น พบว่า ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะเป็นคนในพื้นที่มาโดยกำเนิด จึงมีความคุ้นเคยกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นอย่างดี ซึ่งจะมาในรูปแบบกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อาทิ การทำน้ายาล้างจานให้ชุมชน การส่งเสริมให้ผู้เข้าพักช่วยเก็บผักตบชวาเพื่อแลกส่วนลดการเข้าพัก การเชิญชวนและให้ความรู้แก่ชาวบ้านทำโฮมสเตย์แห่งใหม่ ดังบทสัมภาษณ์ *“ที่เราเป็นต้นแบบเลยบ้านอื่นก็มาดูที่นี่ ผู้ใหญ่ก็จะเล่าตั้งแต่วันแรกที่ทำงานถึงวันนี้ว่า เราผ่านอะไรมาบ้าง”* (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11, 2562) การสนับสนุนสโมสรฟุตบอลเยาวชนภายในหมู่บ้าน การร่วมประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัด และการเข้าร่วมงานบุญประเพณีของหมู่บ้าน ในขณะที่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์หลายแห่งยังคงได้รับการสนับสนุนให้จากหน่วยงานระดับตำบล และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยของแต่ละจังหวัดในการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์จุดเด่นของโฮมสเตย์ไทยกรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า โฮมสเตย์ส่วนใหญ่จะนำเสนอ

ลักษณะทางกายภาพของแต่ละภูมิภาค สำหรับจังหวัดเพชรบุรีจะมีทำเลที่ตั้งเป็นแหล่งน้ำล้อมรอบด้วยภูเขา ในขณะที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จะเป็นลักษณะชายทะเล ซึ่งผู้ประกอบการยังคงให้ความสำคัญกับการออกแบบที่พักให้มีความสอดคล้องกับทัศนียภาพ รวมทั้งการนำสถาปัตยกรรมไทยมาผสมผสานได้อย่างน่าสนใจ เช่น กระโจมไม้ เรือนไทย เป็นต้น โดยผู้ประกอบการยังคงมีแผนงานที่จะปรับปรุงพื้นที่และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าพักอย่างต่อเนื่องเพื่อความเป็นส่วนตัวและยังสามารถเปิดโอกาสในการเรียนรู้ร่วมกับเจ้าของบ้าน สอดคล้องกับงานวิจัยของมณีรัตน์ สุขเกษม และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2560) พบว่า อัตลักษณ์ของโฮมสเตย์จะปรากฏให้เห็นในรูปแบบของสถาปัตยกรรมบ้านเรือนไทยแท้ต้นฉบับที่สามารถดัดแปลงเป็นห้องนอน ห้องน้ำ ห้องครัว และพื้นที่ได้ทุนบ้าน จากกรณีศึกษาในเขตพื้นที่ของกลุ่มผู้ประกอบการที่มีการจัดสรรพื้นที่ใช้สอยที่เป็นจุดเด่นของโฮมสเตย์ อีกทั้งยังสามารถบ่งบอกถึงเรื่องราวการดำเนินชีวิตของชาวไทยชนบทอย่างแท้จริง สำหรับบางประเพณีจะมีขึ้นเฉพาะในบางหมู่บ้านเท่านั้น ผู้เข้าพักอาศัยสามารถเข้าร่วมงานบุญและกิจกรรมต่างๆ ของหมู่บ้าน นอกจากนี้ ความโดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรมการออกแบบที่พักยังสอดคล้องกับงานวิจัยของภาวิณี หาญณรงค์ (2557) พบว่า ความสนใจของผู้มาเยือนจะเลือกโฮมสเตย์ที่พักในแบบฉบับท้องถิ่น ที่สามารถเรียนรู้เรื่องราวของการประกอบอาชีพและกิจกรรมประจำวัน อาทิ โฮมสเตย์กระซังแพ ที่แตกต่างจากที่พักในภูมิภาคอื่นๆ รวมทั้งที่ผู้เข้าพักยังได้สานสัมพันธ์กับเจ้าของบ้านอย่างใกล้ชิด

2. แนวทางการสร้างอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ไทยกรณีศึกษาจังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ของโฮมสเตย์จะสำเร็จเป็นรูปธรรมชัดเจนได้ต้องเกิดจากการกำหนดแนวทางการ

บริหารจัดการทรัพยากรภายในองค์กรขนาดเล็กให้เหมาะสมกับสภาพการแข่งขันทางธุรกิจประกอบด้วย

- 1) ด้านกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ตำรับอาหารพื้นถิ่น แหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพในชุมชน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องคำนึงเป็นพิเศษที่ผู้เข้าพักจะได้รับสอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนา สุคันธสิริกุล (2556) พบว่า การสร้างความแตกต่างของอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ด้วยรายการอาหาร กิจกรรม และแหล่งท่องเที่ยว จะช่วยเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันกับที่พักของเอกชน ซึ่งอาจมีประสิทธิภาพมากกว่าการตลาดแบบตัดราคา
- 2) ด้านการบริหารต้นทุนและรายได้ของกลุ่มผู้ประกอบการจะอาศัยการตั้งราคาที่มีความใกล้เคียงกัน โดยพิจารณาคุณภาพของห้องพักอาศัยและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พัก รวมทั้งการสร้างรายได้พิเศษจากค่ากิจกรรมนันทนาการ สำหรับรายจ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือนจะแตกต่างกันไป เช่น ค่าแรงงานนอกเวลา ค่าซ่อมบำรุงตัวอาคารที่พัก เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยความเสี่ยงที่ผู้ประกอบการจะต้องเผชิญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของวินัย หมั่นคิทธิธรรม (2554) พบว่า การซ่อมแซมโฮมสเตย์แบบเรือนไทยดั้งเดิมต้องอาศัยความชำนาญ พร้อมกับ การจัดหาวัสดุที่มีราคาสูง ผู้ประกอบอาจประสบปัญหาในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการตัดแปลงสถาปัตยกรรมที่สูญเสียเอกลักษณ์ไปอย่างสิ้นเชิง
- 3) ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในลักษณะของอุตสาหกรรมในครัวเรือน ที่จะมอบหมายงานตามความถนัดและเพศสภาพของสมาชิกในครอบครัว ผู้หญิงจะรับผิดชอบงานประกอบอาหาร งานทำความสะอาด งานซักรีด งานต้อนรับและงานทะเบียนผู้เข้าพัก สำหรับผู้ชายจะรับผิดชอบงานสวน และงานซ่อมบำรุงเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตามสมาชิกทุกคนในฐานะเจ้าบ้านจะต้อง

สามารถปฏิบัติงานทดแทนกันได้ นอกจากนี้ โฮมสเตย์ไทยยังคงขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาลมาช้านาน เกี่ยวกับการจัดทำโครงการฝึกอบรมพัฒนาความพร้อมทางด้านบริการและการจัดการที่พักขนาดเล็ก สอดคล้องกับข้อเสนอแนะจากการวิจัยของระชานนท์ ทวีผล (2560) พบว่า ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรเร่งพัฒนาทักษะทางการให้บริการของพนักงานที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะทักษะทางการใช้งานคอมพิวเตอร์และการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพื่อยกระดับคุณภาพของแรงงานต่อการรองรับกลุ่มผู้เข้าพักชาวต่างชาติต่อไปตามที่ได้กล่าวมาจะพบว่าการใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนสำคัญที่ยังช่วยผลักดันให้การจัดการอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ ซึ่งสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้จาก

- 4) การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการประชาสัมพันธ์ที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นจากกลุ่มตลาดเฉพาะขยายไปสู่กลุ่มตลาดเป้าหมายทั่วไป โดยจะต้องอาศัยสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายให้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกรัตน์ ดวงพิบูล และจากรุจน์ท์ เมระพันธุ์ (2561) พบว่า การประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจะต้องนำฐานข้อมูลของโฮมสเตย์ที่เชื่อมโยงกับเว็บไซต์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมทั้งการใช้แผนพับ คู่มือแนะนำโฮมสเตย์เข้ามาช่วยในการสนับสนุนการสื่อสารการตลาด นอกจากนี้ การจัดการ อัตลักษณ์โฮมสเตย์ไทยต้องอาศัยการสร้างเครือข่ายภายในพื้นที่มากยิ่งขึ้น นั่นก็คือ
- 5) ด้านการบริหารความสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น โดยผู้ประกอบการในฐานะผู้ใช้ทรัพยากรได้เลือกทำกิจกรรมในลักษณะของการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม จำแนกออกเป็น 5 ประเด็น ได้แก่ (1) การส่งเสริมให้ชุมชนได้มีอาชีพและรายได้ (2) การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชน (3) การมอบเงินบริจาคและสิ่งของแก่สมาชิกในชุมชน (4) การ

ส่งต่อองค์ความรู้ทางวิชาการแก่ชุมชน (5) การเผยแพร่วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวสามารถใช้ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ต่อการรับรู้ของทั้งชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับผลงานวิจัยของระชานนท์ ทวีผล (2558) พบว่า กิจกรรม CSR เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจโรงแรมเครือข่ายสากลขนาดใหญ่ในประเทศไทย ได้นำมาใช้ในการสื่อสารถึงคุณค่าขององค์กรให้กลุ่มเป้าหมายและชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับรู้ ซึ่งในขณะที่ธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ยังคงขาดนโยบายการสื่อสารทางการตลาดด้านภาพลักษณ์ด้วย CSR ที่ทางกลุ่มผู้ประกอบการจะต้องเร่งทำความเข้าใจและนำมาประยุกต์ใช้ให้เป็นส่วนหนึ่งของพันธกิจขององค์กรต่อไป รวมถึงการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนที่สามารถสร้างความรู้และตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากร

สรุปผลการวิจัย

อัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ไทยจากกรณีศึกษาจะต้องอาศัยกระบวนการจัดการที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงต้นทุนทางด้านทรัพยากรภายในชุมชนท้องถิ่น สามารถปรากฏให้เห็นถึงลักษณะเชิงโครงสร้าง ได้แก่ 1) โฮมสเตย์ในระบบนิเวศธรรมชาติที่สมบูรณ์ 2) โฮมสเตย์รูปแบบไทยแท้ดั้งเดิม และ 3) โฮมสเตย์ที่ดัดแปลงเพื่อความร่วมสมัย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจะต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเชื่อมโยงกิจกรรมเชิงนันทนาการเพื่อเป็นทางเลือกพิเศษแก่ผู้เข้าพัก รวมทั้งกิจกรรมจะต้องแสดงออกถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมด้วยกิจกรรมสาธารณะประโยชน์

ตามที่ได้กล่าวมาสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสของผู้ประกอบการที่ต้องการนำเสนอและสร้างจุดเด่นของโฮมสเตย์ให้เป็นที่น่าจดจำแก่ผู้เข้าพักด้วยองค์ประกอบซึ่งเป็นปัจจัยภายในองค์กรทั้งสิ้น 3 ด้าน ได้แก่ 1) จุดเด่น

เชิงพื้นที่ 2) จุดเด่นเชิงสถาปัตยกรรม และ 3) จุดเด่นเชิงกิจกรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. โฮมสเตย์จำนวนมากตั้งอยู่ในแหล่งธรรมชาติ จึงประสบปัญหาเกี่ยวกับแมลงชนิดต่างๆ เป็นจำนวนมาก เช่น ยุง มด เป็นต้น อาจสร้างความรำคาญและทำอันตรายแก่ผู้เข้าพัก ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีการจัดเตรียมเครื่องดักแมลง สเปย์ หรือครีมทากันยุงเอาไว้คอยให้บริการแก่ผู้เข้าพัก พร้อมคำแนะนำเกี่ยวกับการหลีกเลี่ยงแมลงที่เข้ามาในบริเวณห้องพัก

2. โฮมสเตย์บางแห่งได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องระบบสาธารณูปโภค เช่น กระแสไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น ที่มีข้อจำกัดการใช้งานในบางช่วงเวลา รวมทั้งปริมาณของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักและห้องน้ำที่ไม่อาจเทียบเท่ากับที่พักประเภทอื่นๆ เมื่อมีจำนวนผู้เข้าพักอาศัยเป็นจำนวนมาก ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ข้อมูลดังกล่าวล่วงหน้าแก่ผู้เข้าพักเกี่ยวกับกฎระเบียบของโฮมสเตย์ อาทิ การงดส่งเสียงดังหลัง 5 ทุ่ม จะช่วยให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างผู้รับบริการและผู้ประกอบการ พร้อมกับการแจ้งเตือนข้อมูลเหล่านี้อีกครั้งด้วยสมาชิกผู้ดูแลและป้ายประกาศภายในจุดให้บริการต่างๆ ของโฮมสเตย์

3. โฮมสเตย์บางแห่งยังต้องเผชิญกับอุปสรรคจากภัยธรรมชาติที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงฤดูกาล อาทิ บ้านไร่มธารที่เผชิญหน้ากับระดับน้ำขึ้นสูงก่อให้เกิดปัญหาดินพังบริเวณทางเดินเข้าห้องพัก และเรือนลีลาวดีโฮมสเตย์ที่โครงสร้างของเรือนไทยไม่ทนทานต่อสภาพอากาศในช่วงฤดูฝน ซึ่งทั้ง 2 ปัญหาที่เกิดขึ้นทางผู้ประกอบการจะต้องจัดเตรียมงบประมาณสำหรับการซ่อมบำรุงและการปรับปรุงคุณภาพของสถานที่อย่าง

ต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดทำแผนรับมือความเสี่ยงและการป้องกันปัญหาอย่างถาวร เนื่องจากการปิดปรับปรุงพื้นที่บางส่วนอาจทำให้ผู้ประกอบการเสียหายได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Arevin et al. (2014) ที่อธิบายว่าผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่มีทำเลภายในระบบนิเวศธรรมชาติ ควรมีการปรับปรุงกระบวนการต้อนรับให้ได้มาตรฐานมากขึ้นและการให้ความเอาใจใส่ด้านความสะดวกสบายในบริเวณต่างๆ ของที่พัก

4. โฮมสเตย์ที่ต้องการขยายฐานผู้เข้าพักไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ อาทิ ชาวจีน ที่ผู้ประกอบการจะต้องเลือกสื่อสังคมออนไลน์ในการเผยแพร่ข้อมูลของโฮมสเตย์ด้วยวีแชท (Wechat) และเว่ยป๋อ (Weibo) รวมทั้งการนำระบบชำระเงินผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปบนมือถืออย่างอาลีเพย์ (Alipay) เข้ามาใช้เป็นทางเลือก

5. โฮมสเตย์หลายแห่งที่มีทำเลที่ตั้งห่างไกลจากตัวเมืองและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ประกอบกับผู้มาที่ ต้องการมาใช้บริการไม่สามารถใช้เครื่องมือสื่อสารในการค้นหาที่พักหรือทำเลที่ตั้งได้ ทางผู้ประกอบการจำเป็นต้องเพิ่มจำนวนป้ายสื่อความหมายหรือสัญลักษณ์เพื่ออธิบายถึงระยะทางการเดินทางไปยังโฮมสเตย์ และเพิ่มบริการรถโดยสารรับ-ส่งสถานที่ต่างๆ กับโฮมสเตย์สำหรับกลุ่มผู้ที่ไม่รถยนต์ส่วนตัว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาครั้งนี้ เป็นเพียงการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการภายในองค์กรเท่านั้น ซึ่งพบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์จะช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มรายได้ในยุคประเทศไทย 4.0 ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษารูปแบบกิจกรรมการส่งเสริมการขายออนไลน์ โดยคัดลอกผู้ให้ข้อมูลหลักจากกลุ่มผู้เข้าพักที่ใช้บริการโฮมสเตย์ เพื่อสามารถพยากรณ์พฤติกรรม และความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้

ผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษา กลยุทธ์การใช้ Facebook สำหรับการสร้างความสำเร็จในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้ประกอบการโฮมสเตย์จะให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ

2. จากการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาในปรากฏการณ์ของธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์เท่านั้น สำหรับผู้วิจัยที่สนใจสามารถศึกษาการจัดการอัตลักษณ์อาจปรากฏอยู่ในกลุ่มธุรกิจที่พักขนาดเล็กประเภทอื่นๆ อีกมากมาย เช่น โฮสเทล รีสอร์ท บูติคโฮเทล เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กนกรัตน์ ดวงพิกุล และจากรุณันท์ เมธะพันธุ์. (2561). โฮมสเตย์กับการจัดการท่องเที่ยวยั่งยืนในจังหวัดน่าน. *วารสารบัณฑิตวิจัย*, 9(1), 217-234.
- กระทรวงมหาดไทย, กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). *คู่มือการขับเคลื่อนการดำเนินงาน โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี*. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กรมการท่องเที่ยว. (2558). *มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2556). *รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดบริการของโฮม สเตย์ไทยที่ได้รับมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา* (รายงานการวิจัย). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ชาย โภธิสิตา. (2556). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์ปริ้นท์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

- แบรนดี เมทริกซ์ รีเสิร์ช. (2561). รายงานฉบับสมบูรณ์
โครงการการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: แบรนดี เมทริกซ์ รีเสิร์ช.
- ภาวินี หาญณรงค์. (2557). การศึกษาคุณภาพโฮมสเตย์
กระซังแพ เพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษาโฮม
สเตย์กระซังแพ ตำบลท่าแพ อำเภอเมือง
จังหวัดระยอง (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
การศึกษาระดับปริญญาโท). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- มณีนีรัตน์ สุขเกษม และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). การ
ดำรงอัตลักษณ์ชาวไทยพวนของบ้านดงโฮม
สเตย์ผ่านบริบทการท่องเที่ยวสร้างสรรค์อย่าง
ยั่งยืน. *วารสารพัฒนธรรมและศิลปะ*, 19(37),
92-102.
- ระชานนท์ ทวีผล. (2558). การให้ความหมายและรูปแบบ
กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของโรงแรม
ในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.
วารสารการจัดการธุรกิจมหาวิทยาลัยบูรพา,
4(1), 24-37.
- ระชานนท์ ทวีผล. (2560). แนวทางการพัฒนาคุณภาพ
บริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ในเขตพื้นที่เกาะ
เกร็ด จังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 4(1), 45-63.
- วรพันธุ์ คล้ามไพบูลย์. (2561). เปลี่ยนบ้านเก่าเป็นบูติก
โฮเต็ล *Homemade stay* โฮมสเตย์ต้นแบบที่
สร้างจุดขายจนเปลี่ยนชีวิตคนทั้งหมู่บ้าน.
กรุงเทพฯ: ซุปเปอร์กรีน สตูดิโอ.
- วินัย หมั่นคิดธรรม. (2554). รายงานการวิจัยเรื่อง
รูปแบบโฮมสเตย์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ (รายงาน
การวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2561). *เข็มทิศ
ท่องเที่ยว ไตรมาสที่ 4*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย.
- สุภางค์ จันทร์วานิช. (2554). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ*.
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Arevin, A., Sama, H., Asngari, S.P., & Mulyono, P.
(2014). The Empowerment Model of
Coastal Homestay Business Owners in Five
Strategic Areas of National Tourism. *International Journal of Administrative
Science & Organization*, 21(1), 9-16.
- Macmillan, T. (1971, May). *The Delphi Technique*.
Paper Presented at the annual meeting of
the California Junior Colleges Associations
Committee on Research and Development,
Monterey, California.
- Verghese, N. (2018, 18 October). *8 Travel
Predictions for 2019 of Travellers*.
Retrieved from [https://news.booking.com/
bookingcom-reveals-8-sin-travel-predictions
-for-2019/](https://news.booking.com/bookingcom-reveals-8-sin-travel-predictions-for-2019/)