รายงานการวิจัย

แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ตลาดบริการและศักยภาพการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ กรณีศึกษา : บ้านหนองหล่ม อ.ดอนตาล จ.มุกดาหาร

The guidance for service marketing strategy and potential development for Homestay Case Study of Nong-lom Village, Amphur Dontan, Mukdahan Province

ชื่อผู้วิจัย

นางสาวสายรุ้ง ดินโคกสูง

นางสาวบงกช คูณผล

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจาก เงินรายได้ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีเพื่อการพัฒนาและสนับสนุนงานวิจัย งานส่งเสริมการวิจัยฯ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ประจำปีงบประมาณ 2549

ISBN 978-974-523-179-5

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเพราะได้รับความกรุณาจาก มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ที่ได้ให้การสนับสนุนงบประมาณแก่ผู้วิจัย

ขอกราบขอบพระคุณผู้ประกอบการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านหนองหล่ม และนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและชาวบ้านหนองหล่มทุกท่านที่ได้มอบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ถือว่ามีมูลค่าให้กับนักวิจัย

ขอขอบคุณอาจารย์กิตติชัย เจริญชัย อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ที่กรุณาให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้และคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ทีมนักวิจัย

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ตลาดบริการและศักยภาพการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนบ้านหนองหล่ม 2) เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านหนองหล่ม 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม 4) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของชุมชนบ้านหนองหล่ม โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการจำนวน 12 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 230 วิธีการศึกษาใช้การศึกษาเชิงประยุกต์ จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาและสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และนำข้อมูลมาประมวลผลในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows โดยใช้สถิติถือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA)

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก ส่วนการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์เป็นอาชีพเสริม ซึ่งประกอบกิจการมาเป็นระยะเวลา 3 ปี เป็นต้นไป มีรายได้จากธุรกิจโฮมสเตย์อยู่ที่ 1,000-2,000 บาท ต่อเดือน และมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่พัก 300 บาทขึ้นไป

กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ใช้รถยนต์เป็นพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว มีจำนวนสมาชิก 6-10 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเพื่อนในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวคือเพื่อศึกษาหาความรู้

ด้านศักยภาพของชุมชนบ้านหนองหล่ม พบว่า ผู้ประกอบการมีการประเมินศักยภาพของชุมชนอยู่ในระดับสูง ประกอบด้วยมาตรฐานด้านการจัดการ ความปลอดภัย และกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนนักท่องเที่ยวมีการประเมินศักยภาพของชุมชนในระดับปานกลาง สำหรับมาตรฐานที่นักท่องเที่ยวประเมินอยู่ในระดับสูง ประกอบด้วย ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านที่พักและด้านมูลค่าเพิ่ม

ด้านการประเมินความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการในด้านการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ และด้านการประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดบริการของโฮมสเตย์บ้านหนองหล่มใช้ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่ายสินค้า การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพ พบว่าชุมชนควรมีการพัฒนาด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับแรก เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวสารไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว และควรมีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการจัดการที่พักและอาหารให้มีความพร้อมและสะอาดตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

ABSTRACT

The objectives of this study, the guidance for service marketing strategy and potential development for Homestay Case Study of Nong-lom Village, Amphur Dontan, Mukdahan Province, were 1.) To study the capability of providers who have ran in rural tourism business, 2.) To study the knowledge and understanding in home stay management of providers, 3.) To study the satisfaction of tourists. And 4.) To study the method for marketing strategies of home stay in this village. The instrument of this study via a set of questionnaires and format of observations were used to collected data from 242 samples, consisting of 12 homestay providers and 230 tourists. The collected data were analyzed by used SPSS for windows of frequencies, percentages, means and weighting score analysis. The analyzed outputs were weighted in the potency of rural tourism, the knowledge and understanding in home stay management of home stray providers. And hypotheses were tested by analysis of variance (ANOVA).

The results of this study were as follows. The capability of rural Homestay and the knowledge and understanding for home stay management of home stay providers were at high level of rank. The satisfaction of tourists was at the middle level of rank.

The researcher had taken the results of capability study of this homestay into account, and formulated into a set of 7 guidelines for service marketing strategy to development in home stay as follows: production and service, price, place, promotion, people, process and physical evidence. And formulated in to a set of 8 guidelines for capability development in home stay as follows: home, food and nutrition, safety, management, tour activity, environment, add value and marketing promotion.

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ก

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ค

กิตติกรรมประกาศ ง

สารบัญตาราง จ

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย 1

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3

1.3 ขอบเขตของการวิจัย 3

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4

1.5 กรอบแนวความคิดแนวทางการพัฒนาตลาดและศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ 5

1.6 นิยามศัพท์ 5

บทที่ 2 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7

2.1 แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7

1. แนวความคิดการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 7
2. ความเป็นมาของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ 10
3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ 11
4. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม 12
5. ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับโฮมสเตย์ 16
6. แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism Concept) และการให้บริการที่ประทับใจในธุรกิจโฮมสเตย์ 16
7. ดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักโฮมสเตย์ 17
8. ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix's) 20

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 24

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	27
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	27
3.2 ข้อมูลและวิธีการเก็บข้อมูล	28
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	31
3.5 การแปรผลข้อมูล	39
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	41
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม	42
4.2 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์	49
4.3 การประเมินความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของผู้ประกอบการ	58
4.4 การประเมินระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว	59
บทที่ 5 สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	61
5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย	62
5.2 ข้อเสนอแนะ	64
เอกสารอ้างอิง	70
ประวัตินักวิจัย	72

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักโฮมสเตย์ 18

ตารางที่ 2 เกณฑ์การให้คะแนน คำถามประเมินค่า(Rating Scale) 5 ระดับ 30

ตารางที่ 3 ความหมายและสัญลักษณ์มาตรฐานของศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ 33

ตารางที่ 4 สรุปค่าถ่วงน้ำหนักมาตรฐานของศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ 34

ตารางที่ 5 ความหมายและสัญลักษณ์ข้อบ่งชี้ศักยภาพความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของผู้ประกอบการ 35

ตารางที่ 6 สรุปค่าถ่วงน้ำหนักข้อบ่งชี้ศักยภาพความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ 36

ตารางที่ 7 การแปลผลคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) โดยวิธีค่าเฉลี่ย (Mean) 40

ตารางที่ 8 การแปลผลคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) โดยวิธีถ่วงน้ำหนัก 40

ตารางที่ 9 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม(เพศ) 42

ตารางที่ 10 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม(อายุ) 42

ตารางที่ 11 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม(สถานภาพการสมรส) 43

ตารางที่ 12 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม(ระดับการศึกษา) 43

ตารางที่ 13 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม(อาชีพ) 44

ตารางที่ 14 ลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจโฮมสเตย์ของผู้ประกอบการ 44

ตารางที่ 15 ระยะเวลาการเข้ามาประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ของผู้ประกอบการ 45

ตารางที่ 16 รายได้จากธุรกิจโฮมสเตย์ (บาท/เดือน) 45

ตารางที่ 17 อัตราค่าบริการที่พักของผู้ประกอบการ 46

ตารางที่ 18 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว 46

ตารางที่ 19 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว 47

ตารางที่ 20 ลักษณะกลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว 47

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 21 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว 48
ตารางที่ 22 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านที่พัก 49
ตารางที่ 23 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านอาหารและโภชนาการ 50
ตารางที่ 24 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านความปลอดภัย 51
ตารางที่ 25 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านการจัดการ 52
ตารางที่ 26 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว 53
ตารางที่ 27 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านสภาพแวดล้อม 54
ตารางที่ 28 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านมูลค่าเพิ่ม 55
ตารางที่ 29 การประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด 56
ตารางที่ 30 ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ 57
ตารางที่ 31 ข้อบ่งชี้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์
ของผู้ประกอบการ 58
ตารางที่ 32 ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว 59
ตารางที่ 33 สรุปผลการประเมินศักยภาพ ความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการ
และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ 63

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

ในปัจจุบันเป็นที่ทราบกันอย่างกว้างขวาง ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถในการสร้างรายได้เข้าประเทศได้นับแสนล้านต่อปี จากธุรกิจต่อเนื่องที่กระจายตัวในลักษณะลูกโซ่เพื่อรองรับการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว แนวโน้มของการท่องเที่ยวไทย เมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์การท่องเที่ยวโลก คาดว่าจะเป็นไปในทิศทางที่ดี เพราะองค์การการท่องเที่ยวโลก ประมาณการว่าในช่วงระหว่างปี 2533-2553 กลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีไทยเป็นผู้นำทางด้านการท่องเที่ยวจะเป็นจุดมุ่งหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2503 ซึ่งมีการก่อตั้งหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นั้นมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยประมาณ 80,000 คน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 196 ล้านบาท ซึ่งต่อมาจำนวนนักท่องเที่ยวได้มีการเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนถึงปี 2546 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาเยี่ยมเยียนถึง 10 ล้านคน ซึ่งสูงกว่าคาดการณ์ คือ 9.7 ล้านคน สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศ 309,269 ล้านบาท โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 3,750 บาท และวันพักเฉลี่ย 8.19 วัน จากสถิติดังกล่าวทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยว เป็นอันดับที่ 17 ของโลก (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 2546)

การพยากรณ์เกี่ยวกับแนวโน้มทางการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และความสามารถสร้างรายได้หลักให้กับประเทศ หรือพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปจนถึงการสร้างระบบกลไกทางการตลาดเพื่อให้เกิดการสนองตอบความต้องการทั้งนักท่องเที่ยวและเจ้าของทรัพยากร ในขณะที่การท่องเที่ยวได้พัฒนาและเกิดการขยายตัวค่อนข้างสูงนั้น การท่องเที่ยวเองกลับสร้างผลกระทบด้านลบทั้งเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้จึงได้เกิดการค้นหารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับศตวรรษที่ 21 ขึ้นมา โดยมีความเชื่อมั่นว่า การพัฒนาในลักษณะของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) จะทำให้เกิดการปฏิบัติต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม ดังนั้น จึงมีทิศทางในการตัดสินใจพัฒนา และการจัดการอย่างยั่งยืน รวมทั้ง

เชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ขานรับแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยพบว่าทั้งแผนและนโยบายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้นได้มีการกล่าวถึงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจที่ควบคู่ไปกับการสร้างสมดุลกับการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้มีการกล่าวถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวมากขึ้น

กลยุทธ์ตลาดในประเทศ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2548 คือเป็นการเปิดกลุ่มสินค้าใหม่ทางการท่องเที่ยว หรือ Unseen Product แหล่งท่องเที่ยวในมุมมองใหม่ 4 ประเภท ได้แก่ มุมมองแหล่งท่องเที่ยวมหัศจรรย์และธรรมชาติ มุมมองผจญภัย มุมมองสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และมุมมองวิถีชีวิตประเพณี และวัฒนธรรม จะเห็นได้ว่ามีมุมมองที่เน้นการท่องเที่ยววิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวโฮมสเตย์กำลังเป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ตามรูปแบบการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดขึ้นนั้น กำหนดให้สมาชิกในโครงการเป็นผู้รับนักท่องเที่ยวเข้าพักอาศัยเสมือนเป็นสมาชิกของครอบครัวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ มีความใกล้ชิดกับชาวบ้านและทราบถึงการดำเนินวิถีชีวิต เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ไปพร้อมกับการท่องเที่ยว การจัดการดังกล่าวต้องอาศัยขีดความสามารถของชุมชนและต้องอาศัยประชาชนในท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวทุกขั้นตอนโดยมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ให้ความช่วยเหลืออยู่เบื้องหลัง

สถานที่แหล่งท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (Homestay) ในประเทศไทย ที่มีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีจำนวน 49 แห่ง โดยแบ่งเป็นภาคกลาง จำนวน 9 แห่ง ภาคเหนือ จำนวน 27 แห่ง ภาคตะวันตออกเฉียงเหนือ จำนวน 10 แห่ง และภาคใต้ จำนวน 13 แห่ง สำหรับในจังหวัดมุกดาหาร มีสถานที่แหล่งท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (Homestay) จำนวน 1 แห่ง คือ บ้านหนองหล่ม อ.ดอนตาล จ.มุกดาหาร

การศึกษานี้ผู้ศึกษาได้เลือกพื้นที่บ้านหนองหล่ม อ.ดอนตาล จ.มุกดาหาร เป็นพื้นที่ศึกษา สภาพทั่วไปของตำบล คือ เป็นอำเภอชายแดน ติดต่อกับ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว แม่น้ำโขงกั้นแนวเขตชายแดนประมาณ 22 กิโลเมตร ระยะทางห่างจากตัวจังหวัด 33 กิโลเมตร ด้านอาณาเขต ทิศเหนือ ติดต่อกับ อ.เมืองมุกดาหาร จ.มุกดาหาร ทิศใต้ ติดต่อกับ อ.ชานุมาน จ.อำนาจเจริญ และ อ.เลิงนกทา จ.ยโสธร ทิศตะวันออก ติดต่อกับ แม่น้ำโขง และ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อ.เมืองมุกดาหาร และ อ.นิคมคำสร้อย จ.มุกดาหาร มีประชากร จำนวนทั้งสิ้น 7,523 คน ชาย 4,396 คน หญิง 3,127 คน อาชีพหลัก ทำนา ทำสวน ทำไร่ ค้าขาย อาชีพเสริม เลี้ยงปลาใน

กระชัง ไร่นาส่วนผสม เลี้ยงสัตว์ ประมง และค้าขาย บ้านหนองหล่มได้จัดกลุ่มกิจกรรมร่วมดำเนินกิจการโฮมสเตย์ ตั้งแต่ปี 2544 ปัจจุบันมีครัวเรือนที่เข้าร่วมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จำนวน 12 ครัวเรือน

ชาวบ้านได้ใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเป็นเครื่องมือการรักษาระบบนิเวศและรักษาทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพ หมู่บ้านดังกล่าวได้จัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมา 4 ปี มีลักษณะกิจกรรมเยี่ยมชมหมู่บ้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชมวิถีชีวิตของชาวภูไท ชมวัดมุจลินทร์ที่เก่าแก่ รับประทานอาหารแบบพาแลง พิธีบายศรีสู่ขวัญ การแสดงรำภูไท และการศึกษาวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งวิจัยต้องการศึกษาว่าชุมชนแห่งนี้จะมีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท หรือโฮมสเตย์ ได้อย่างยั่งยืนต่อไปหรือไม่ และมีแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ตลาดบริการการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์อย่างไร โดยการนำกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรม จำนวน 8 มาตรา 43 ตัวชี้วัด เพื่อจะได้นำผลการศึกษาที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการเพิ่มศักยภาพ และกลยุทธ์ทางการตลาดบริการของธุรกิจต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนบ้านหนองหล่ม อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร ในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

2. เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการ การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของชุมชนบ้านหนองหล่ม อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่กำหนดการศึกษา มี 2 ประเด็นหลักๆ ดังนี้

1. ศึกษาศักยภาพของชุมชนบ้านหนองหล่ม อ.ดอนตาล จ.มุกดาหาร ตามกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ประกอบด้วย 8 มาตรฐาน คือ ด้านที่พัก ด้านอาหารและ

โภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ด้านมูลค่าเพิ่ม และด้านการส่งเสริมการตลาด

2. ศึกษาหาแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ตลาดบริการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ตามส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix's) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and services) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ตลอดจนปัญหาในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

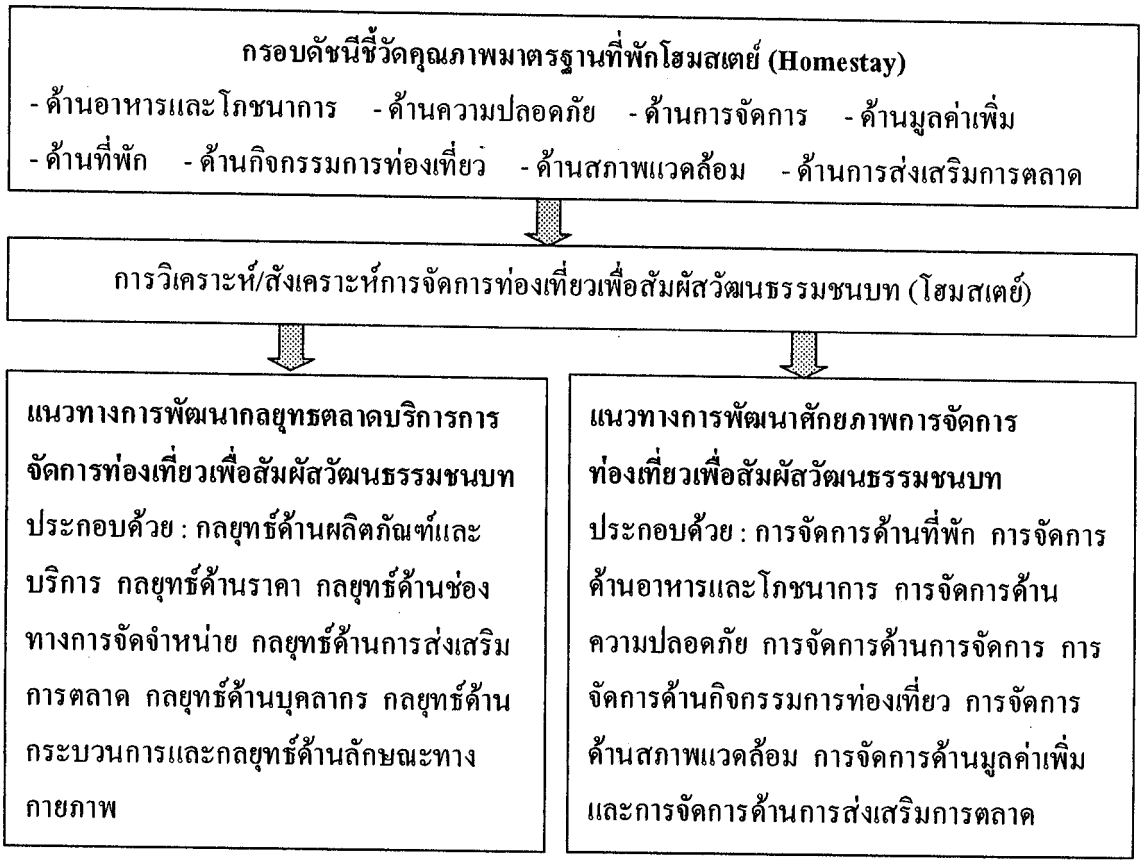
1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถเพิ่มระดับความสามารถและศักยภาพของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์
2. สามารถดึงดูดและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้ด้วยแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดบริการ และสร้างความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ
3. สามารถทราบถึงแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการ โดยการให้ความรู้และสนับสนุนข้อมูลด้านต่างๆ

1.5 กรอบแนวความคิดแนวทางการพัฒนาตลาดและศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์



1.6 นิยามศัพท์

แนวทางการพัฒนา หมายถึง กลยุทธ์หรือนโยบายที่จะเป็นแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบทในกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตลาด (Market) หมายถึง สถานที่หรือพื้นที่ที่ผู้ซื้อและผู้ขายใช้เป็นที่พบปะเพื่อทำการเจรจาตกลงซื้อขายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์กัน

ศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อม หรือขีดความสามารถของผู้ประกอบการในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ประกอบด้วย ด้านที่พัก ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ด้านมูลค่าเพิ่ม และด้านการส่งเสริมการตลาด ให้ประสบความสำเร็จ

การจัดการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวจากพื้นที่อาศัยปกติไปยังพื้นที่อื่นๆชั่วคราว เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล

ที่พักโฮมสเตย์ หมายถึง การจัดสถานที่พักในท้องถิ่นเพื่อให้นักท่องเที่ยวพักกับเจ้าของบ้าน เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น พร้อมทั้งแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นด้านวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักโฮมสเตย์ หมายถึง แนวทางในการบริหารจัดการและประเมินคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ ให้เหมาะสมกับประเทศไทยต่อไปในอนาคต

ผู้ประกอบการ หมายถึง กลุ่มประชาชน หนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร ที่เข้าร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท

นักท่องเที่ยว (Tourists) หมายถึง กลุ่มประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และต้องการสัมผัสวัฒนธรรมชนบท

บทที่ 2
แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการรวบรวมแนวความคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดบริการ และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ดังนี้

1. แนวความคิดการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. ความเป็นมาของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์
3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์
4. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม
5. ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับโฮมสเตย์
6. แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism Concept) และการให้บริการที่ประทับใจในธุรกิจโฮมสเตย์
7. ดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักโฮมสเตย์
8. ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix's)

1. แนวความคิดการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ (2545) กล่าวว่า แนวความคิดการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาด้านเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมาย การแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทวีความรุนแรงขึ้นทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ การตลาดจึงนับได้ว่าเป็นหนทางหนึ่งที่จะสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีแนวคิดที่มุ่งวิเคราะห์และเข้าใจ ความจำเป็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว และพยายามตอบสนองความต้องการดังกล่าวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นตลาดที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้า หรือนักท่องเที่ยว (Customer Oriented) นั่นเอง นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแต่ละรายมีความหลากหลาย ทั้งในด้านพฤติกรรมการบริโภค

ทัศนคติ ความสามารถในการใช้จ่าย รวมทั้งกระจายอยู่ทั่วทุกพื้นที่ ดังนั้นการจะตอบสนองต่อความต้องการที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องมีการแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) กล่าวถึง แนวความคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยให้ความหมายและของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ช่วงกระแสของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแพร่ขยายไปทั่วโลก และ การท่องเทียวแห่งประเทศไทย จัดทำแผนพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยว จึงได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อศึกษา เรื่อง (Ecotourism) โดยมอบหมายให้สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ทำการศึกษาและจัดทำแผน ในที่สุดได้ความหมายของคำว่า Ecotourism คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่เป็นลักษณะเฉพาะประการหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การมุ่งเน้นในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เพื่อประสานการท่องเที่ยวกับความพอใจในการเรียนรู้และสัมผัสกับระบบนิเวศ (Eco-system) อาจมีบางแห่งที่รวมเอาลักษณะวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งในระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ไว้(Nature-based tourism) โดยเฉพาะ แม้ว่าจะมีความคาบเกี่ยวกันในพื้นที่ก็ตามในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural tourism) ไม่ใช่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วย อาจเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ธรรมชาตินั้นอาจรวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่ด้วย ตัวอย่างเช่น จุดหมายปลายทางที่ดอยอ่างกาหลวง อุทยานแห่งชาติดอยอินทนน์ เราจะต้องผ่านหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้งขุนกลาง ซึ่งมีวิถีชีวิตอยู่กับป่าผืนนั้นด้วย เป็นต้น

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสัญลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งมีการจัดการที่ยั่งยืน

ครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainably managed tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsibly travel) ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างจิตสำนึกที่ถูกต้องกับผู้เกี่ยวข้อง นักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว จึงเป็นการท่องเที่ยวด้านสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental education-based tourism)

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นหรือชุมชนท้องถิ่น (Involvement of local community or People participation) ที่มีบทบาทในส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติตามแผน และร่วมได้รับประโยชน์อย่างเสมอภาค คอยติดตามตรวจสอบ รวมถึงร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อนำกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย ในที่สุดแล้ว ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ

ท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากระดับฐานราก (Grass root) คือองค์กรชุมชนจนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น และอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (Community participation-based tourism)

หากการท่องเที่ยวใดมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ตามลักษณะดังกล่าวข้างต้น จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ หากขาดหรือปราศจากข้อใดข้อหนึ่งไปความสมบูรณ์จะลดน้อยลงจนอาจกลายเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นๆ

2. ความเป็นมาของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) กล่าวถึงความเป็นมาของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในประเทศไทย ซึ่งจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชน และการที่รัฐบาลออกกฎหมาย การกระจาย อำนาจสู่ ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กร ท้องถิ่น และหน่วยงานต่างๆ ให้ความสำคัญกับ การสร้างรายได้ ให้กับชุมชนโดยใช้ การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดกิจกรรม การท่องเที่ยว หลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรม Homestay ก็เป็นรูปแบบ การท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจมาก ทั้งจากองค์กรท้องถิ่น องค์กรเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ จากการติดตามความเป็นมา พบว่า Homestay ภายในประเทศไทย เกิดขึ้นมานาน แต่รูปแบบและกิจกรรมอาจแตกต่างหลายหลาก หากวิเคราะห์จากอดีตที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ตามยุคสมัย ดังนี้

ยุคเริ่มต้น (ปี 2503-2525) กระจายอยู่ในกลุ่มนิสิต นักศึกษา กลุ่มออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท ต้องเรียนรู้วิถีชีวิต รับทราบปัญหาในชนบท เพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ กระจายอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่นิยมทัวร์ป่า โดยเฉพาะในแถบภาคเหนือ ของประเทศไทย นักท่องเที่ยว จะพักตามบ้านชาวเขา โดยจุดพักนั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทางการเดินป่า

ยุคกลาง (ปี 2526-2536) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น การพักค้างในรูปแบบ Homestay ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังหมู่บ้านชาวเขา ที่กว้างขวางมากขึ้น ในระยะนี้ มีการท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่าที่มีการจัด Homestay เริ่มสร้างปัญหาสังคม อาทิ ปัญหายาเสพติด ปัญหาโสเภณี ปัญหาการปล้น ขโมย ปัญหาการฆ่าชิงทรัพย์

ยุคตั้งแต่ปี 2537 – ปัจจุบัน ยุคนี้เป็นการเน้นกระแส การพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจะพบได้ว่า การท่องเที่ยว จะมีแนวโน้มที่ จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในระยะประมาณปี 2537-2539 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เริ่มมีการท่องเที่ยวในรูปแบบ Homestay โดยกลุ่มนำร่องคือ กลุ่มที่เป็นนักกิจกรรมสังคม ทั้งรุ่นเก่า และ รุ่นใหม่ เท่าที่สืบค้นพบว่า พื้นที่ที่ดำเนินการเรื่อง Homestay ก็จะเป็นพื้นที่ ที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทย เข้าไปดำเนินการ เช่น เกาะยาว จ.พังงา (กลุ่มประมงชายฝั่งหรืออวนลาก อวนลุน) หลังจากพื้นที่เกาะยาว จ.พังงา ได้มีพื้นที่อื่นเพิ่มขึ้น อาทิ หมู่บ้านคีรีวง จ.นครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จ.เชียงใหม่ (กลุ่มเกษตรทางเลือก)บ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เชยเฉลิม (เกษตรยั่งยืน) ปี 2539 เป็นต้นมา ได้มีการเคลื่อนไหวขึ้นในกลุ่มนักธุรกิจ ผู้ประกอบการ ด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบ การท่องเที่ยวผสมผสานระหว่าง Adventure Ecotourism และ Homestay จากการที่รัฐบาลได้ประกาศให้ปี 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ทุกหน่วยงาน ของภาครัฐมีนโยบาย สนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยว ในแหล่งชุมชน และ

ขยายกิจกรรม Homestay เพิ่มมากขึ้น เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง อ.กุฉินารายณ์ จ.กาฬสินธุ์ บ้านทรงไทยปลายโพงพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม รวมทั้งพื้นที่ชนกลุ่มน้อย หมู่บ้านชาวเขาก็มีการสนับสนุนการจัดกิจกรรม Homestay ด้วยเช่นกัน

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทั้งในกลุ่มชาวไทยและ ชาวต่างประเทศ มีการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน เพื่อศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม หัตถกรรมของท้องถิ่น โดยมี Homestay ที่มีความหมายมากกว่า เป็นที่พัก เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบ ที่พักเป็นศูนย์กลางและจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่างๆ ตามความต้องการของ นักท่องเที่ยว อย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลาง และจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่างๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมอยู่ด้วย

3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2548) กล่าวว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์จะมีลักษณะ ดังนี้

1. ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน มีความใกล้ชิดกับชุมชน เป็นผู้ที่ให้ความสนใจต่อการเรียนรู้ อยากรู้ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่นนั้น (รู้อัตลักษณ์บวกวัฒนธรรมท้องถิ่น) เพราะการเรียนรู้คือคุณค่าชีวิต

2. ต้องการที่พักสะดวก (ราคาถูกกว่าโรงแรม ประมาณ 20-30%) ชอบอิสระและต้องการมีความปลอดภัยสูง พักค้าแรมในระยะสั้น (1-3 คืน) และระยะยาว (5-10 คืน) ไม่คำนึงถึงการพักเกสท์เฮ้าส์(Guest House) ไม่ชอบหรูหราฟุ่มเฟือย

3. ให้ความยอมรับนับถือ เชื่อถือและความไว้วางใจ พร้อมเปิดใจเป็นมิตรไมตรีต่อกัน

4. ต้องการมีเพื่อนเที่ยว ละคำแนะนำที่ละเอียดมากกว่าบริษัทนำเที่ยว (ข้อมูลที่เป็นเกร็ดความรู้)

5. ต้องการเรียนรู้ในภูมิปัญญาท้องถิ่นมากขึ้น เพื่อมีประสบการณ์ชีวิตมากขึ้น เช่น วัฒนธรรมการแต่งตัว วัฒนธรรมการกินอาหาร หลักการครองเรือน งานประเพณีพิธีกรรม โดยปลีกเวลาร่วมกิจกรรมในบ้าน อาทิ ช่วยงานในสวนในฟาร์ม เก็บพืชผลและผลไม้ในไร่ในสวน ออกเรือจับปลา หากุ้งหอย ปลา ปู หรือเก็บข้าวโพด แตง ถั่ว เป็นต้น

ความต้องการพื้นฐาน 10 ประการของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เตียงนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล ห้องอาบน้ำ และส้วมที่สะอาด อาหารพื้นบ้านง่ายๆ แต่ปรุงมาอย่างดี ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ เดินป่า ตกปลา ขี่ม้า ปีนเขา ขี่จักรยาน ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายของที่ระลึก ความบันเทิง อาทิ ดนตรี การเต้นรำ การแสดงพื้นบ้าน ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และ ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าบ้าน

เหตุผลที่นักท่องเที่ยวเลือกพักโฮมสเตย์ คือ นักท่องเที่ยวรู้สึกใกล้ชิดและได้สัมผัสธรรมชาติที่สวยงาม นักท่องเที่ยวมีโอกาสพบปะกับชุมชนท้องถิ่น และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และโฮมสเตย์มีราคาถูกกว่าพักในโรงแรม

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ สามารถนำมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบทได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวด้วย

4. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านหนองหล่ม

4.1 การวิเคราะห์สภาพพื้นที่

4.1.1 ประวัติชุมชน

บ้านหนองหล่ม หมู่ 3 ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร เมื่อไม่ต่ำกว่า 100 ปีมาแล้วมีผู้คนเชื้อสายเผ่าภูไทได้อพยพมาจากแคว้นสิบสองจุไทและแคว้นสิบสองปันนา (ดินแดนส่วนเหนือของลาวและเวียดนามซึ่งติดต่อทางใต้ของจีน ราชอาณาจักรไทยได้สูญเสียดินแดนสิบสองจุไทซึ่งอยู่ในเขตลาวให้แก่ฝรั่งเศสเมื่อ รศ.107 พ.ศ.2431) มาตั้งถิ่นฐานอยู่ในหัวเมืองแถบลุ่มแม่น้ำโขงในเขตจังหวัดมุกดาหาร มีบางกลุ่มอพยพมาจาก เมืองเวียงวังอ่างคำ แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ล่องเรือมาตามลำน้ำโขงและได้เห็นบริเวณที่ลุ่มแห่งหนึ่งมีลักษณะพื้นที่เป็นหนองน้ำขนาดใหญ่อยู่ใกล้ริมแม่น้ำโขงมีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำการเกษตรกรรมเพื่อเลี้ยงชีพ จึงได้ตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน ให้ชื่อแหล่งน้ำแห่งนี้ว่า หนองหล่ม และได้ตั้งชื่อหมู่บ้านว่า บ้านหนองหล่ม มาจนถึงปัจจุบัน

4.1.2 ที่ตั้ง อาณาเขต

บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร ห่างจากตัวอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร 20 กิโลเมตร ห่างจากตัวอำเภอดอนตาล 11 กิโลเมตร มีเนื้อที่ทั้งหมด 2,730 ไร่ และมีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับบ้านโคกและบ้านท่าไคร้นาแล
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับแม่น้ำโขง ตรงข้ามกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
ทิศใต้	ติดต่อกับบ้านโพธิ์ไทร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับบ้านนายอ

4.1.3 ลักษณะทางภูมิศาสตร์

สภาพพื้นที่ของบ้านหนองหล่ม ทางทิศเหนือจะเป็นที่ราบลุ่มน้ำโขง ทิศตะวันออกเป็นที่ราบติดกับริมฝั่งแม่น้ำโขง ทิศใต้จะเป็นที่ราบลุ่มแม้น้ำโขงซึ่งคล้ายกับพื้นที่ทางทิศเหนือ ส่วนทางด้านทิศตะวันตกเป็นที่ราบเนินเขาสภาพดินทั่วไปเป็นดินร่วนปนทรายซึ่งลักษณะเช่นนี้ทำให้บ้านหนองหล่มเป็นพื้นที่เหมาะแก้การเพาะปลูกและการเลี้ยงสัตว์ และลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นแบบมรสุม 3 ฤดู คือ ฤดูหนาว ฤดูร้อน ฤดูฝน

4.2. การวิเคราะห์สภาพทางสังคมและวัฒนธรรม

4.2.1 ประชากร

บ้านหนองหล่ม มีจำนวนประชากร ทั้งหมด 782 คน จำนวนประชากรเพศชาย 402 คน และจำนวนประชากรเพศหญิง 380 คน

4.2.2 การตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน

การตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนของบ้านหนองหล่มในอดีตนั้นนิยมตั้งบ้านเรือนติดกับริมแม่น้ำเพื่อความสะดวกในการดำรงชีวิต เช่น การหาปลาเพื่อเลี้ยงชีพ การคมนาคมระหว่างสองฟากฝั่งไทย ลาว การใช้น้ำเพื่อการเกษตรซึ่งปัจจุบันชาวหนองหล่มก็ยังคงนิยมตั้งบ้านเรือนติดกับแม่น้ำเหมือนในอดีตที่ผ่านมา แต่ความแตกต่างในการสร้างบ้านจะมีความแตกต่างกันมาเนื่องจากในอดีตการสร้างบ้านเรือนจะนิยมสร้างเพื่อการระบายความร้อนในหน้าร้อนและเก็บความอบอุ่นในหน้าหนาวบนเรือนจะมีที่สำหรับทำกับข้าวหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า เรือนไฟ บ้านเรือนส่วนใหญ่ของชาวบ้านหนองหล่มจะสร้างด้วยไม้และไม้ไผ่ซึ่งนำมาสานและประกอบเป็นบ้านเรือนในการอยู่อาศัยเสาบ้านจะยกสูงเพื่อให้มีเนื้อที่ใต้ถุนเอาไว้เพื่อใช้เป็นคอกวัวคอกควายและใช้เก็บผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น ใช้เก็บข้าวโพด เก็บ

หอมแดง กระเทียม วัสดุในการสร้างบ้านก็หาง่ายซึ่งมีอยู่ตามป่าเขาและริมแม่น้ำ การตั้งบ้านในอดีตนั้นจะอยู่ห่างกันมากเนื่องจากจำนวนประชากรยังมีไม่มากเมื่อเปรียบเทียบในสมัยปัจจุบันและที่สำคัญวัฒนธรรมประเพณีของชาวภูไทจะใช้ประโยชน์จากบ้านเรือนในการดำรงชีวิตทั้งภายในครอบครัวและการต้อนรับแขกบ้านเรือนเมื่อมีงานประเพณีหรือเมื่อมีแขกมาเยี่ยมเยือน

สำหรับการตั้งบ้านเรือนรูปแบบใหม่ของชาวบ้านหนองหล่มในปัจจุบันนิยมสร้างบ้านด้วยการก่อสร้างโดยปูนซีเมนต์เป็นวัสดุหลักในการก่อสร้าง ซึ่งเป็นการสร้างบ้านเรือนตามสมัยนิยมของการเปลี่ยนแปลงแห่งยุคสมัยแต่ยังมีบางส่วนยังคงความเป็นประเพณีดังเดิมของชาวภูไทเอาไว้อย่างชัดเจนซึ่งเป็นเอกลักษณ์ให้ชาวบ้านหนองหล่มมาจนถึงปัจจุบันทุกวันนี้

การสร้างบ้านของชาวบ้านหนองหล่มในรูปแบบใหม่นี้จะมีการวางผังเมืองเพื่อให้เป็นระบบและการดูแลในเรื่องการสร้างบ้านเป็นอย่างดี เพราะหน่วยงานทางราชการได้เข้ามาให้ความรู้ในเรื่องการจัดการระบบสาธารณูปโภคทั้งทางด้านระบบสุขอนามัย และการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในหมู่บ้านเพื่อให้เกิดความสะอาดและป้องกันการระบาดของเชื้อโรคชนิดต่างได้เป็นอย่างดีทำให้หมู่บ้านหนองหล่มเป็นหมู่บ้านที่น่าอยู่อีกหมู่บ้านหนึ่งในจังหวัดมุกดาหารและได้รับการกล่าวขานในด้านความสะอาด เพียบพร้อมไปด้วยความงดงามทางด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของสองฝากฝั่งริมแม่น้ำโขงและวัฒนธรรมภูไทได้เป็นอย่างดี

4.2.3 วัฒนธรรมและประเพณี

บ้านหนองหล่มเป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงในการรักษาประเพณีดังเดิมเอาไว้เพื่อให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้และสืบทอดซึ่งเป็นการบ่งบอกถึงความดีงามของเผ่าพันธุ์บรรพบุรุษ

4.2.3.1 วัฒนธรรมและประเพณีที่ยังคมรักษาไว้

ชาวบ้านหนองหล่มมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ กล่าวคือ เป็นวัฒนธรรมชาวภูไท เช่น การบายศรีสู่ขวัญเมื่อมีแขกมาเยี่ยมเยียนก่อนกลับ ชาวบ้านจะจัดพิธีบายศรีสู่ขวัญให้กับผู้ที่จะเดินทางกลับซึ่งเป็นประเพณีที่นิยมจัดทำกันทุกหมู่บ้านของจังหวัดมุกดาหาร แต่บ้านหนองหล่มจะมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมากกว่าที่อื่น ประเพณีสงกรานต์เป็นอีกประเพณีหนึ่ง ที่ชาวบ้านหนองหล่มได้ร่วมกันรักษาไว้เมื่อถึงวันสงกรานต์ชาวบ้านหนองหล่มจะจัดประเพณีรดน้ำขอพรจากผู้สูงอายุและเข้าวัดเพื่อสรงน้ำพระพุทธรูปคู่บ้าน คือ หลวงพ่อมุจสินทร์ ประเพณีตบประทายริมฝั่งน้ำโขง เป็นต้น โดยส่วนใหญ่แล้วประเพณีที่ชาวบ้านหนองหล่มจะจัดกิจกรรมตามช่วงเทศกาลฮีตคองโบราณที่เคยทำมาก่อน ซึ่งมีดังนี้ บุญปีใหม่ บุญกองข้าว บุญข้าวจี่ บุญผะเหวด บุญสงกรานต์ บุญบั้งไฟ บุญสวดชะตาบ้าน บุญเข้าพรรษา บุญข้าวประดับดิน บุญข้าวสาก บุญออกพรรษา บุญกฐิน ลอยกระทงตามลำดับ

ข้อมูลท้องถิ่น ขท๑๑๐๖

4.2.3.2 วัฒนธรรมและประเพณีที่เปลี่ยนแปลงไป

วัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของบ้านหนองหล่ม คือ ประเพณีการดูดอุผูกเสี่ยว (เหล้าไหของชาวภูไททำด้วยข้าวเปลือกมีไม้ซางดูด) จนอาจกล่าวได้ว่า มีชาวภูไทอยู่ที่ใดต้องมีเหล้าไหอยู่ที่นั้น ซึ่งในปัจจุบันการทำเหล้าอุในบ้านหนองหล่มนั้นไม่มีหลงเหลือให้เห็นคงเหลือเพียงแต่ตำนานการดื่มกินของมิตรสหายเมื่อมาเยี่ยมเยียนเท่านั้น

4.2.4 ศาสนา ความเชื่อ และการเคารพนับถือ

ชาวบ้านหนองหล่มนับถือศาสนาพุทธคิดเป็น 100% เต็ม มีวัดอยู่ 2 แห่ง คือ วัดป่าเฉลิมพระเกียรติ กับวัดมุจลินทร์ ส่วนความเชื่อในเรื่องผีของชาวบ้าน คือ ผีฟ้า

4.3 การจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

บ้านหนองหล่มได้ดำเนินการจัดตั้งกลุ่มประกอบธุรกิจ Homestay ตั้งแต่ปี 2544 รูปแบบการจัดการเป็นแบบการรวมกลุ่มโดยได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อดูแลและรับผิดชอบงานแต่ละด้าน ซึ่งปัจจุบันคณะกรรมการประกอบด้วย

1. นายแสวง	ยืนยง	ประธาน
2. นายพุทธา	ยืนยง	รองประธาน
3. นายเอื้อชัย	คำปาน	เหรัญญิก
4. นางสาวสกุลรัก	ศรีทา	เลขานุการ
5. นายสมศักดิ์	โคชขึง	ผู้ประสานงาน
6. นางคำพูน	ยืนยง	กรรมการฝ่ายบายศรีสู่ขวัญ
7. นายเลื่อน	ยืนยง	กรรมการฝ่ายการแสดง
8. นางลำพาย	ยืนยง	กรรมการฝ่ายประกอบอาหาร
9. นางสมถวิล	หมันสิงห์	กรรมการฝ่ายเสริฟอาหาร
10.นางบุญถม	ยืนยง	กรรมการฝ่ายจัดสถานที่
11.นายสุนีย์	พิกุลศรี	กรรมการฝ่ายรักษาความปลอดภัย
12.นายเสนอ	สุทธิประภา	กรรมการฝ่ายนำเที่ยว

5. ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับโฮมสเตย์

มธุรส ปราบไพรี (2545) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นแนวคิดหนึ่งที่เชื่อว่า สามารถทำให้เกิดความยั่งยืนทั้งทรัพยากรธรรมชาติและชุมชน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ และต่างสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน จากความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและโฮมสเตย์ข้างต้น สามารถแสดงถึงความสัมพันธ์และความสอดคล้องว่า การจัดการโฮมสเตย์ที่อยู่ภายใต้พื้นฐานของการคิดที่เข้าใจระบบนิเวศ ความเข้าใจในลักษณะธรรมชาติของพื้นที่ การไม่คิดทำลายสมดุลของธรรมชาติ ด้วยการคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่และชุมชนเอง การใช้ทรัพยากรอย่างระมัดระวังและรอบคอบ โดยใช้แนวคิดของการจัดการอย่างยั่งยืน และสนับสนุนให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับ คือ ความยั่งยืนของทรัพยากร การสร้างอาชีพ และการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง ในขณะเดียวกันการพักอาศัยอยู่ในชุมชนได้เปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ศึกษาวิถีชีวิตชุมชน ทั้งความเชื่อ ขนบธรรมเนียบประเพณี วัฒนธรรมความเป็นอยู่ การเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน ทำให้ชุมชนสามารถหาทางออกในการจัดการทั้งเชิงรับและเชิงรุกเกี่ยวกับโฮมสเตย์เพื่อปกป้องทรัพยากรและผลประโยชน์ของชุมชนโดยรวม

จะเห็นได้ว่าการจัดการโฮมสเตย์นั้นกำลังเป็นที่ตื่นตัวของแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีศักยภาพในการดำเนินการได้ แต่ผลที่เกิดจากการจัดการดังกล่าวจะปรากฏออกมาในรูปแบบใด ต้องให้เวลากับชุมชนที่ได้ดำเนินการจัดการได้ลองผิดลองถูก เพื่อแสวงหาแนวทางที่เหมาะสมในการจัดโฮมสเตย์ที่ในชุมชนต่อไป

6. แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism Concept) และการให้บริการที่ประทับใจในธุรกิจโฮมสเตย์

Michael MacNulty (2544) กล่าวว่า ในการพัฒนาพื้นที่ชนบทใดๆ เพื่อการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านพื้นที่ 3 ประการ ดังนี้

1. พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ได้แก่ ป่าไม้ น้ำตก ภูเขา ทะเล เป็นต้น

2. พื้นที่หลัก หมายถึง พื้นที่ชนบทที่ยังคงสภาพดังเดิมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ หมู่บ้านที่ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีเก่าแก่ สวนเกษตร สวนผลไม้ การประมงพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งที่พักแรมโฮมสเตย์จะตั้งอยู่ในพื้นที่หลักนี้

3. พื้นที่สนับสนุน หมายถึง พื้นที่ใกล้เคียงที่มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่จำเป็น ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ ร้านค้าทั่วไป เป็นต้น

ทั้งนี้ องค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบจะสามารถรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ซึ่งได้แก่ ความต้องการพักแรมในพื้นที่ชนบท ครอบคลุมถึงพื้นที่พักแรมประเภทต่างๆ ความต้องการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคสาธารณูปการ ครอบคลุมถึง ธนาคาร โรงพยาบาล สถานีอนามัย การโทรคมนาคม เป็นต้น

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2548) กล่าวว่า การให้บริการที่ประทับใจในธุรกิจโฮมสเตย์ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาเที่ยวอีกครั้ง ซึ่งการจัดการโฮมสเตย์เป็นธุรกิจบริการที่ทำรายได้เสริมให้กับเจ้าของบ้าน ดังนั้น ผู้เป็นเจ้าของบ้านจะต้องตระหนักถึงความพร้อมที่จะให้บริการเพื่อให้ผู้มาพักได้รับความประทับใจ สะดวก สบาย และปลอดภัย ประดุจเป็นเจ้าของบ้านที่ดี

การต้อนรับบุคคลที่เราไม่เคยรู้จัก ไม่สนิทมาก่อน เพื่อพักอาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน เมื่อเจ้าของบ้านใดตกลงจัดบริการโฮมสเตย์ และมีการจัดที่พักเพื่อให้บริการแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การเตรียมคนเพื่อให้บริการ ซึ่งมีหลัก 2 ประการ คือ คนในบ้าน และเพื่อนบ้านผู้ให้บริการอื่นๆ ซึ่งจะต้องให้ความรู้ด้านการบริการแขกผู้มาเยือน

7. ดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักโฮมสเตย์

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2548) การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท หรือโฮมสเตย์ (Homestay) ในประเทศไทย กำลังแพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และที่ผ่านมาผู้ประกอบการโฮมสเตย์ยังขาดแนวทางในการดำเนินการที่ได้มาตรฐานคุณภาพ เพื่อรักษาไว้ซึ่งความเป็น เอกลักษณ์ของโฮมสเตย์

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตระหนักถึงปัญหาต่างๆและผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงริเริ่มที่จะสร้างดัชนีชี้วัดคุณภาพของโฮมสเตย์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโฮมสเตย์ในประเทศไทย ให้เป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมและถูกต้อง โดยดำเนินงานร่วมกับมหาวิทยาลัยมหิดล ศึกษาและสร้างตัวดัชนีชี้วัดดังกล่าว

สำหรับกรอบของมาตรฐานคุณภาพและตัวชี้วัดที่นำเสนอในเอกสารนี้ได้ผ่านกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอน ประกอบด้วย 8 มาตรฐาน และ 43 ตัวชี้วัด ดังนี้

ตารางที่ 1 ดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักโฮมสเตย์

มาตรฐาน	รายละเอียดตัวชี้วัด
1.ด้านที่พัก จำนวน 7 ตัวชี้วัด	โครงสร้างบ้านพักมีความมั่นคง บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้สะดวกและแสงสว่างเข้าถึงไม่มีกลิ่นอับและมีหลังคาที่สามารถกันน้ำฝนได้ มีที่นอนที่สบายตามสภาพชุมชนและเครื่องนอนที่สะอาด มีห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนและอุปกรณ์สำหรับการนอนทุกครั้งเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก มีการกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอโดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน และมีการดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณบ้าน
2.ด้านอาหารและโภชนาการ จำนวน 6 ตัวชี้วัด	มีอาหารปรุงมาอย่างดี ภาชนะที่ใช้สะอาดและปลอดภัย ครัวเรือนอยู่ในสภาพที่สะอาดไม่มีกลิ่น อุปกรณ์ที่ใช้ในครัวสะอาดถูกสุขลักษณะ มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด และมีร้านอาหารในชุมชน
3.ด้านความปลอดภัย จำนวน 5 ตัวชี้วัด	มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย มีเครื่องมือและวิธีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้ายหรือกรณีนักท่องเที่ยวเจ็บป่วย มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีการตักเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สินและเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับยา และมีการดูแลและซ่อมแซมล๊อคต่างๆในที่พักเพื่อความปลอดภัยอยู่เสมอ
4.ด้านการจัดการ จำนวน 8 ตัวชี้วัด	มีการรวมกลุ่มของชาวบ้านจัดการในรูปของชมรม หรือสหกรณ์ มีคณะกรรมการบริหารโครงการ มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อมิให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีต ประเพณี ความเชื่อของชุมชน มีระบบการจองล่วงหน้าและลงทะเบียนเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมและบริการต่างๆให้นักท่องเที่ยวทราบชัดเจน มีข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างละเอียดให้นักท่องเที่ยวเลือก ชุมชนไม่หวังจะสร้างร้ายได้จากโฮมสเตย์อย่างเดียวและต้องไม่มีผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน และ มีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ที่เป็นคนท้องถิ่นและมีความพร้อมในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้
5.ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	มีกิจกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีท้องถิ่น มี

มาตรฐาน	รายละเอียดตัวชี้วัด
จำนวน 6 ตัวชี้วัด	กิจกรรมบันเทิงและการแสดงพื้นบ้าน, มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้านและการถ่ายทอดตำนานหรือประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น
6.ด้านสภาพแวดล้อม จำนวน 4 ตัวชี้วัด	มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภท มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนอยู่เสมอ มีสถานพยาบาลไปรษณีย์ ธนาคารอยู่ไม่ไกลเกินไป และพื้นที่หลักยังคงสภาพเดิมของชุมชนและยังรักษาวัฒนธรรมและประเพณีของตน
7.ด้านมูลค่าเพิ่ม จำนวน 4 ตัวชี้วัด	มีร้านขายของที่ระลึกในชุมชน มีผลิตภัณฑ์โดยชาวบ้านใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิต มีโอกาสได้เผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน และมีโอกาสพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชนในด้านการให้บริการที่ประทับใจ
8.การส่งเสริมการตลาด จำนวน 3 ตัวชี้วัด	มีคู่มือหรือเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยวเป็นของตนเอง มีรายละเอียดต่างๆครบถ้วน มีการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ และมีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จากมาตรฐานคุณภาพของการจัดการโฮมสเตย์นั้นจะทำให้ทราบถึงศักยภาพของพื้นที่และชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ดังกล่าว และสามารถนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม ได้ต่อไป

8. ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (The Services Marketing Mix)

ยุทธนา ธรรมเจริญและคณะ (2546) ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการประกอบไปด้วยปัจจัยที่จะต้องพิจารณาเพื่อกำหนดตำแหน่งของการบริการและกำหนดส่วนตลาดของธุรกิจบริการนอกเหนือจากส่วนประสมการตลาดสำหรับสินค้าทั่วไป ที่ประกอบด้วย 4 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์และการบริการ (Product and Services) ราคา (Price) สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แล้วส่วนประสมการตลาดบริการยังมีส่วนประกอบที่เพิ่มขึ้นมาอีก 3 ส่วนคือ บุคลากร (People) กระบวนการการให้บริการ (Process) และการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ดังนั้นส่วนประสมการตลาดบริการจึงมีองค์ประกอบที่เพิ่มเติมจากส่วนประสมการตลาดของสินค้าทั่วไป ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การบริการเป็นผลิตภัณฑ์ของธุรกิจบริการ ซึ่งครอบคลุมทุกอย่างของตัวสินค้า และทุกสิ่งทุกอย่างที่จัดเตรียมไว้บริการลูกค้า เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ต้องการเพียงตัวสินค้าและบริการเท่านั้น แต่ยังต้องการประโยชน์หรือคุณค่าอื่นที่ได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจบริการด้วย องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจบริการประกอบไปด้วย

1.1 บริการหลัก (The Core or Generic Product) คือลักษณะของบริการหลักหรือการบริการพื้นฐานที่เตรียมไว้ให้บริการลูกค้า ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้

1.2 บริการที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับ (The Expected Product) ประกอบด้วยบริการหลักและบริการอื่นๆ ที่ลูกค้าจะได้รับ อันเนื่องจากการซื้อบริการหลักเป็นเงื่อนไขต่ำสุดที่ลูกค้าต้องได้รับ

1.3 บริการที่เพิ่มพูนจากเดิม (The Augmented Product) คือบริการที่มีความพิเศษแตกต่างจากบริการของคู่แข่งขันที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากกว่าเรียกว่าเป็นคุณค่าเพิ่ม ที่เสริมบริการหลักในรูปของความเชื่อถือได้และการยอมรับของผู้ใช้บริการ

1.4 บริการที่สามารถเพิ่มคุณค่าพิเศษ (The Potential Product) คือความเป็นไปได้ในการเพิ่มลักษณะพิเศษหรือผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคควรได้รับจากการซื้อสินค้าและบริการในรูปของการบริการที่เกินความคาดหวังของลูกค้า

2. ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าก็จะตัดสินใจซื้อ ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง (1) การยอมรับ

ของลูกค้าว่าคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์และบริการนั้นสูงกว่าราคาของมัน (2) ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องของบริษัท (3) ภาวการณ์แข่งขัน (4) ปัจจัยอื่นๆ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ

3. สถานที่ให้บริการและช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านสถานที่ให้บริการในส่วนแรกคือการเลือกทำเลที่ตั้ง (Location) การเลือกทำเลที่ตั้งของธุรกิจบริการมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่ลูกค้าต้องไปรับบริการจากผู้ให้บริการในสถานที่ที่ผู้ให้บริการจัดไว้ให้ เพราะทำเลที่ตั้งเป็นตัวกำหนดกลุ่มของลูกค้าที่จะเข้ามารับบริการ ดังนั้นสถานที่ให้บริการต้องสามารถครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุดและควรคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของคู่แข่งขันด้วย โดยความสำคัญของทำเลที่ตั้งจะมีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกันไปตามลักษณะของธุรกิจบริการแต่ละประเภท

ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 ส่วนได้แก่ ลักษณะของการบริการ ความจำเป็นในการใช้คนกลางในการจำหน่าย และลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจบริการนั้น การจัดจำหน่ายของธุรกิจบริการโดยทั่วไปมี 4 ช่องทางได้แก่

1. การให้บริการโดยตรง (Direct Sales) โดยการที่ผู้ให้บริการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการโดยตรงไม่ผ่านคนกลาง

2. ผ่านตัวแทน (Agent or Broker) โดยการผ่านคนกลางซึ่งเป็นตัวแทน เช่น บริษัทตัวแทนจำหน่ายกรมธรรม์ประกันภัย

3. ผ่านตัวแทนของทั้งสองฝ่าย (Seller's and Buyer's Agent or Broker) โดยทั้งสองฝ่ายต่างมีคนกลางของตัวเองและคนกลางทั้งสองฝ่ายเป็นผู้ตกลงกัน

4. การเข้าร่วมระบบการขายสินค้าหรือบริการโดยการซื้อสิทธิ์จากบริษัทแม่ และสัญญาให้บริการ (Franchise and Contract Service Delivers) โดยผู้ใช้บริการติดต่อผ่านทางธุรกิจบริการที่ได้รับสิทธิและมีสัญญาให้บริการจากบริษัทแม่

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขายทำการขาย และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประเภทซึ่งอาจใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือต้องใช้หลักการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารแบบประสมประสานกัน (Integrated Marketing Communication) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ เครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่สำคัญมีดังนี้

4.1 การโฆษณา (Advertising) เป็นรูปแบบหนึ่งในการติดต่อสื่อสารที่นิยมกันมากในธุรกิจบริการ เพื่อสร้างการรับรู้ในบริการ สร้างการรับรู้ในตราสินค้า สร้างความเข้าใจในบริการที่ผู้

ให้บริการจัดเตรียมไว้และเพื่อจูงใจให้ผู้ที่คาดว่าจะเป็นลูกค้ารู้และอยากที่จะใช้บริการ ดังนั้นนักการตลาดบริการจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของการโฆษณาและมีการตัดสินใจในการโฆษณาโดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ในการโฆษณา การกำหนดงบประมาณในการโฆษณา และการเลือกใช้สื่อในการโฆษณาด้วย

4.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นรูปแบบการติดต่อสื่อสารจากผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับข่าวสารโดยตรง ให้ความรู้ในตัวสินค้าและบริการ อาจเรียกว่าเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ส่งข่าวสารจะสามารถรับรู้และประเมินผลจากผู้รับข่าวสารได้ทันที ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling Strategy) และการจัดการหน่วยงานขาย (Sales force Management)

4.3 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าวเป็นการนำเสนอและให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือนโยบายบริษัท โดยผ่านสื่อซึ่งอาจมีการจ่ายเงินหรือไม่จ่ายเงินก็ได้ การให้ข่าวเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์ คือ ความพยายามในการสื่อสารเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนต่างๆหรือเผยแผ่ข่าวสารที่ดี การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี (Brand image or Corporate image) โดยการสร้างเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ดี

4.4 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เกิดการตอบสนองโดยตรง หรือเป็นวิธีการต่างๆ ที่นักการตลาดใช้ส่งเสริมผลิตภัณฑ์โดยตรงกับผู้ซื้อและทำให้เกิดการตอบสนองในทันที ประกอบด้วย (1) การติดต่อเสนอขายทางโทรศัพท์ (2) การขายโดยใช้จดหมายตรง (3) การขายโดยใช้แคตตาล็อค (4) การขายทางโทรทัศน์ วิทยุหรือหนังสือพิมพ์ ซึ่งจูงใจให้ลูกค้ามีกิจกรรมการตอบสนอง เช่น ใช้คูปองแลกซื้อ

4.5 การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นเครื่องมือระยะสั้นเพื่อกระตุ้นการตอบสนองของผู้บริโภคให้บริโภคเร็วขึ้น เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและการนำเครื่องมือขายไปใช้และเทคนิคต่างๆ โดยใช้เสริมกับการโฆษณาและเป็นการช่วยเสริมการขาย การส่งเสริมการขายอาจจะทำโดยทางไปรษณีย์ แคตตาล็อค สิ่งพิมพ์จากบริษัท และเครื่องมือขายอื่นๆ โดยมีจุดมุ่งหมาย คือ เพิ่มความพยายามในการขายของพนักงานขาย ผู้จำหน่าย ให้ขายผลิตภัณฑ์และเพื่อให้ลูกค้าต้องการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ ทำให้การขายโดยใช้พนักงานขายและการโฆษณาสามารถเป็นไปได้ด้วยดี

5. บุคลากร (People) จากลักษณะเฉพาะของบริการที่แยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) บุคลากรจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญทั้งในการผลิตบริการและการให้บริการ ในปัจจุบันสถานการณ์

การแข่งขันธุรกิจรุนแรงขึ้น บุคลากรจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจ โดยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยคุณภาพในการให้บริการต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่ง ดังนั้นพนักงานจึงต้องมีความรู้ความชำนาญในสายงาน มีทัศนคติที่ดี มีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่ดีเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ มีมนุษยสัมพันธ์ มีความเสมอภาคในการให้บริการลูกค้าเพื่อสร้างความรู้สึกประทับใจต่อการให้ความสำคัญอย่างเท่าเทียม สามารถตอบสนองและแก้ปัญหาต่างๆ ของลูกค้า มีความคิดริเริ่ม และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กรได้

6. กระบวนการการให้บริการ (Process) เป็นขั้นตอนในการให้บริการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและประทับใจลูกค้า จะพิจารณาในสองด้านคือ ความซับซ้อน (Complexity) และความหลากหลาย (Divergence) ในด้านของความซับซ้อนจะต้องพิจารณาถึงขั้นตอนและความต่อเนื่องของงานในกระบวนการ เช่น ความสะดวกรวดเร็วในการติดต่อซื้อกรมธรรม์ ส่วนในด้านความหลากหลาย ต้องพิจารณาถึงความอิสระ และความยืดหยุ่น สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงขั้นตอนหรือลำดับการทำงานได้ ทำให้มีขั้นตอนการให้บริการที่รวดเร็ว

7. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Presentation) คือ ภาพลักษณ์หรือสิ่งที่ผู้บริโภคสามารถสังเกตเห็นได้ง่ายทางกายภาพ เป็นสิ่งที่สื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจนด้วย เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่งและแบ่งส่วนหรือแผนกของพื้นที่ในอาคาร ความมีระเบียบภายในสำนักงาน การจัดวางวัสดุอุปกรณ์สำนักงาน ความสะอาดของอาคารสถานที่ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคารสถานที่ การนำอุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการ

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่าทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้าบริการนั้นประกอบด้วย 7 P's ซึ่งแตกต่างไปจากส่วนผสมทางการตลาดสำหรับสินค้าทั่วไป ที่ประกอบด้วย 4 P's เท่านั้น ดังนั้นประเด็นที่สำคัญที่แตกต่างกันระหว่างสินค้าทั่วไปและสินค้าบริการอยู่ที่สินค้าบริการนั้นจำเป็นต้องใช้บุคลากร(People) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการ(Process) หรือขั้นตอนในการให้บริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และสิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาย(Physical Evidence & Presentation) หรือภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของการบริการได้อย่างชัดเจน เช่น สภาพแวดล้อมของสถานที่ให้บริการ การออกแบบตกแต่ง ความสะอาดของสถานที่ ความน่าเชื่อถือของตัวอาคาร และอุปกรณ์ในการให้บริการ เป็นต้น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พนิตตา สิงห์ตรา (2544) ได้ทำการศึกษา ศักยภาพของชุมชนบ้านห้วยฮี้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวจะพักแรมในชุมชนเสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต แลกเปลี่ยนประสบการณ์ เรียนรู้วัฒนธรรม ชุมชนแห่งนี้ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวประมาณ 3-4 ปี สามารถสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกระหว่าง 200-600 บาทต่อเดือน แม้รายได้ไม่สูงนักแต่ก็สร้างความพึงพอใจให้แก่ชุมชน เพราะทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิต ถูกรักษาไว้ได้ภายใต้การจัดการการท่องเที่ยว

ผลการศึกษา เมื่อพิจารณาในแง่สังคม ชุมชนมีการแบ่งโครงสร้างขององค์กรและมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างดี อีกทั้งผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถสั่งและชักชวนให้สมาชิกชุมชนร่วมกันทำงานให้สำเร็จได้ ในเชิงกายภาพ การที่ชุมชนตั้งอยู่บนที่สูง ทำให้ได้เปรียบในแง่ของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงความหลากหลายในพันธุ์พืชและสัตว์ เป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แสดงให้เห็นว่าชุมชนบ้านห้วยฮี้มีศักยภาพหลายประการที่สามารถสนับสนุนการพัฒนาไปสู่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อย่างสมบูรณ์ได้

ดรุณี ซ่อนกลิ่น (2546) ได้ทำการศึกษา การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวแบบ Homestay ในอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย พบว่า การท่องเที่ยว Homestay ในจังหวัดหนองคาย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการได้ดำเนินการที่พักแรมแบบ Homestay มาเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี มีรูปแบบการดำเนินงานที่ไม่เป็นทางการโดยมีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้บริหารงานในการจัดชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และได้แบ่งคนในชุมชนทำงานตามความรู้ความสามารถที่ถนัด ดังนี้ คือ งานหัตถกรรมของกลุ่มแม่บ้าน กิจกรรมการแสดงพื้นบ้าน การเตรียมการต้อนรับ การดูแลความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ กรจัดการนำเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาพักแรม โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชมวัดวาอารามที่อยู่ในชุมชน งานหัตถกรรมของกลุ่มแม่บ้าน การจัดแสดงศิลปะของคนในท้องถิ่น แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดหนองคายยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย เพราะงบประมาณทางด้านประชาสัมพันธ์ที่ทางภาครัฐจัดให้ไม่เพียงพอ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จัก Homestay ในจังหวัดหนองคายแบบปากต่อปาก อีกทั้งการจัดระบบการลงทะเบียนของนักท่องเที่ยวยังไม่เป็นระบบที่ชัดเจนทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนงานด้านการสำรองที่พักแรมและต้อนรับนักท่องเที่ยว

นิฐริน ไล้พันธ์ (2544) ได้ทำการศึกษา ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า อุทยานแห่งชาติภูจองนายอยมีศักยภาพด้านพื้นที่ธรรมชาติที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศและด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสูงเหมาะสมต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งแวดล้อมศึกษามีศักยภาพปานกลาง และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวมีศักยภาพต่ำ

ขนิษฐา พวนอ่วม และคณะ (2543) ได้ทำการศึกษา รายงานวิจัยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า พื้นที่คีรีวงมีศักยภาพสูงในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ประชาชน องค์กรชุมชนและนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนคีรีวงในระดับหนึ่ง ปัญหาและผลกระทบส่วนใหญ่เกิดจากด้านกายภาพ มากกว่าปัญหาในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยมีแนวโน้มทางในการพัฒนาและอนุรักษ์ชุมชนด้วยการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีระบบ ได้รับการสนับสนุนร่วมมือด้วยดีทั้งในชุมชนและภายนอกชุมชนในแบบพหุภาคีและสามารถนำไปขยายผลแลกเปลี่ยนความรู้กับชุมชนอื่นๆ ที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเช่นกัน

นำชัย ทนุผล และคณะ (2543) ได้ทำการศึกษา การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนบ้านโปง ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ชุมชนบ้านโปงมีทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติซึ่งได้แก่ผืนป่าอนุรักษ์ที่สมบูรณ์ในระบบนิเวศทางธรรมชาติ มีลักษณะดั้งเดิม รวมทั้งมีวัฒนธรรมชุมชนที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศซึ่งนับว่ามีองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้เป็นอย่างดี

สมาชิกชุมชนบ้านโปงหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคน (stakeholders) เห็นชอบร่วมกันในการที่จะดำเนินธุรกิจชุมชนด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและจัดตั้งเป็นชมรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านโปง โดยมีการกำหนดโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจนและได้ร่วมกันกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้รับผิดชอบในแต่ละกิจกรรม อัตราค่าบริการที่เรียกเก็บจากการให้บริการและเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่พึงพอใจต่อรายได้ที่ได้รับจากการบริการท่องเที่ยว รวมทั้งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอื่นๆ และด้านสิ่งแวดล้อมในชุมชนบ้านโปงมีความสะอาดเรียบร้อยขึ้นกว่าเดิม แหล่งน้ำธรรมชาติสะอาดขึ้น นักท่องเที่ยวไม่ก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียง ชาวบ้านให้ความร่วมมือร่วมใจกันอนุรักษ์และดูแลรักษาป่ามากขึ้น แต่ในประเด็นหาของป่าของชาวบ้านนั้นชาวบ้าน

ยังคงดำเนินกิจกรรมหาของป่า เช่น เก็บเห็ดชนิดต่างๆ ไข่มดแดง ไข่จั๊กจั่น ฯลฯ เพื่อบริโภคและจำหน่ายเหมือนเดิม หากแต่รูปแบบการหาของป่าได้เปลี่ยนไปในรูปแบบไม่ทำลายธรรมชาติมากขึ้น

นิติพล ภูตะโชติ และคณะ (2541) ได้ทำการศึกษา การพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด คือ ขอนแก่น นครราชสีมา บุรีรัมย์ เลย และอุบลราชธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ถึงแม้ว่าไม่ทราบความหมายที่ชัดเจน แต่ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศถูกต้อง มีโอกาสทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รูปแบบที่เหมาะสมส่วนใหญ่ คือ การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาธรรมชาติและศึกษาศิลปะวัฒนธรรม กิจกรรมที่เหมาะสม คือ เที่ยวงานประเพณี การชมการแสดงศิลปะพื้นบ้าน วิธีการที่เหมาะสมต่อการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ ทำการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มากขึ้น และช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีในท้องถิ่น ปัญหาและอุปสรรค ที่สำคัญมากที่สุดในการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การขาดเจ้าหน้าที่ในการดูแลแนะนำนักท่องเที่ยวและการขาดการดูแลเอาใจใส่จากรัฐบาล

กิตติชัย เจริญชัย (2548) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) บ้านซะซอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพของชุมชน 2) ศึกษาความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการ ในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮม สเตย์) และ 4) ศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) ของชุมชนบ้านซะซอม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยสำรวจความความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 280 ตัวอย่าง แบ่งเป็นผู้ประกอบการการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) บ้านซะซอม 28 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยว 252 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาสรุปได้ว่าบ้านซะซอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) ในระดับสูง ผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) ในระดับสูง และนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) อยู่ในระดับปานกลาง

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม เป็นเครื่องมือเพื่อทำการศึกษาศักยภาพของชุมชน ศึกษาความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ศึกษาความ พึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของชุมชนบ้านหนองหล่ม

การศึกษานี้ได้นำกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ มาประยุกต์เข้ากับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ผสมผสานกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว ระเบียบวิธีการวิจัยของการศึกษานี้มีขั้นตอน และรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร ที่กำหนดสำหรับการศึกษาทำการรวบรวมข้อมูลจากประชากร 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้ประกอบการ คือ กลุ่มประชาชน บ้านหนองหล่ม ที่เข้าร่วมในในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท จำนวน 12 ครัวเรือน

2. นักท่องเที่ยว คือ กลุ่มประชาชนที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และต้องการสัมผัสวัฒนธรรมชนบท

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 242 คน

1. ผู้ประกอบการ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 12 คน การเก็บข้อมูลจากผู้นำครัวเรือน

2. นักท่องเที่ยว ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 230 ในปี พ.ศ.2549 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 540 คน ซึ่งสามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ Yamane ,1973 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n คือ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากรที่ศึกษา

e คือ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05

$$n = \frac{540}{1+(540)0.05^2}$$

$$n = 230$$

3.2 ข้อมูลและวิธีการเก็บข้อมูล

3.2.1 ข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษา จำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากหนังสือ เอกสาร วารสาร บทความทางวิชาการ งานวิจัยต่างๆ และข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์

3.2.1 วิธีการเก็บข้อมูล

1. ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จากตำรา เอกสารงานวิจัย รายงานบทความทางวิชาการ ระบบอิเล็กทรอนิกส์

2. การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มที่ศึกษาด้วยตนเองและผู้ช่วยจำนวน 3 คน โดยขอหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อแนะนำผู้ศึกษาและวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ จากนั้นนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างโดยอธิบายวัตถุประสงค์และวิธีการทำแบบสอบถามให้ชัดเจน เพื่อความสมบูรณ์ของคำตอบ

3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้ศึกษาได้ร่วมทำกิจกรรมต่างๆ และพักอาศัยกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลในส่วนนี้มาประกอบกับข้อมูลจากแบบสอบถาม

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถามและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นแบ่งเป็น 2 ชุด ซึ่งแต่ละชุดมีส่วนประกอบของคำถาม ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบสอบถามผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ คือ ลักษณะการประกอบอาชีพหลักหรือเสริม ระยะเวลา และรายได้จากการประกอบธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ได้แก่ กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ประกอบด้วย 8 มาตรฐาน คือ ด้านที่พัก ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ด้านมูลค่าเพิ่ม และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เป็นคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ประกอบด้วย ลักษณะที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยว ความสะอาดของอาหารและภาชนะ การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย รูปแบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยว ลักษณะสภาพแวดล้อมของหมู่บ้าน ร้านขายของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน รูปแบบการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการต่างๆ เป็นคำถามปลายเปิด

ชุดที่ 2 แบบสอบถามนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ ยานพาหนะที่ใช้เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนสมาชิกร่วมเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะกลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ได้แก่ กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ประกอบด้วย 8 มาตรฐาน คือ ด้านที่พัก ด้านอาหารและโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ด้านมูลค่าเพิ่ม และด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมเสตย์ เป็นคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ประกอบด้วย ลักษณะที่พักอาศัยสำหรับนักท่องเที่ยว ความสะอาดของอาหารและภาชนะ การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย รูปแบบการบริหารจัดการของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยว ลักษณะสภาพแวดล้อมของหมู่บ้าน ร้านขายของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน รูปแบบการส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการต่างๆ เป็นคำถามปลายเปิด

ลักษณะคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบ่งเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ตารางที่ 2 เกณฑ์การให้คะแนน คำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

คะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
1	น้อยที่สุด / ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2	น้อย / ไม่เห็นด้วย
3	ปานกลาง
4	มาก / เห็นด้วย
5	มากที่สุด / เห็นด้วยอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ ในการศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดบริการ และศักยภาพการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ผู้ศึกษาได้ร่วมทำกิจกรรมต่างๆ และพักอาศัยกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลในส่วนนี้มาประกอบกับข้อมูลจากแบบสอบถาม

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาตรวจสอบความสมบูรณ์ แปลงข้อมูล ลงรหัสตัวแปร และทำการประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS for windows และวิเคราะห์ข้อมูลโดย

3.4.1 วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach) (ชูศรี วงศ์รัตน, 2541)

สูตร $$\alpha = \frac{n}{n-1}\left[1-\frac{\sum s_i^2}{\sum s_t^2}\right]$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n แทน จำนวนข้อความของแบบสอบถาม

$\sum s_i^2$ แทน ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

จากการทดสอบผลลัพธ์ค่าแอลฟ่าที่ได้จะแสดงถึงระดับความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง ค่าที่ใกล้เคียงกับ1 แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งจากการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับ จำนวน 264 ชุด มีค่าเท่ากับ 0.9454

3.4.2 ค่าความถี่ (Frequency) และอัตราร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว ที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม

3.4.3 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

3.4.3.1 การทดสอบโดยค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน, 2541)

สูตร $\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.4.3.2 การทดสอบโดยค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน, 2541)

สูตร $S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n-1}}$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$n\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

3.4.3 วิธีถ่วงน้ำหนัก (Weighting Score Method) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลด้านเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ และความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

การวิเคราะห์ในแต่ละมาตรฐานคุณภาพของศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ซึ่งดัดแปลงมาจากวิธีคำนวณของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548) ได้จัดลำดับความสำคัญของมาตรฐานคุณภาพทั้ง 8 มาตรฐานสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ความหมายและสัญลักษณ์มาตรฐานของศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

สัญลักษณ์	หมายถึง
$\bar{X}$	ค่าเฉลี่ยทั้งหมด
$\bar{X}_1$	ค่าเฉลี่ยด้านที่พัก
$\bar{X}_2$	ค่าเฉลี่ยด้านอาหารและโภชนาการ
$\bar{X}_3$	ค่าเฉลี่ยด้านความปลอดภัย
$\bar{X}_4$	ค่าเฉลี่ยด้านการจัดการ
$\bar{X}_5$	ค่าเฉลี่ยด้านกิจกรรมท่องเที่ยว
$\bar{X}_6$	ค่าเฉลี่ยด้านสภาพแวดล้อม
$\bar{X}_7$	ค่าเฉลี่ยด้านมูลค่าเพิ่ม
$\bar{X}_8$	ค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาด

การหาค่าถ่วงน้ำหนักของมาตรฐานคุณภาพแต่ละด้าน เพื่อนำไปกำหนดในสมการเพื่อหาค่าเฉลี่ยรวมด้านศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

ตารางที่ 4 สรุปค่าถ่วงน้ำหนักมาตรฐานของศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

มาตรฐานคุณภาพ	ลำดับความสำคัญ	คะแนน สูงสุด = 8 ต่ำสุด = 1	ค่าน้ำหนัก = คะแนน / ค่าน้ำหนักรวม	สรุปค่าเฉลี่ยน้ำหนัก
1. ด้านที่พัก	2	7	7 / 36	0.19 ($\overline{X}_1$)
2. ด้านอาหารและโภชนาการ	3	6	6 / 36	0.17 ($\overline{X}_2$)
3. ด้านความปลอดภัย	1	8	8 / 36	0.22 ($\overline{X}_3$)
4. ด้านการจัดการ	4	5	5 / 36	0.14 ($\overline{X}_4$)
5. ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	5	4	4 / 36	0.11 ($\overline{X}_5$)
6. ด้านสภาพแวดล้อม	7	2	2 / 36	0.06 ($\overline{X}_6$)
7. ด้านมูลค่าเพิ่ม	6	3	3 / 36	0.08 ($\overline{X}_7$)
8. ด้านการส่งเสริมการตลาด	8	1	1 / 36	0.03 ($\overline{X}_8$)
รวม	**36**	**36**	**1**	**1**

หมายเหตุ : ค่าน้ำหนักมาตรฐานคุณภาพด้านที่มีลำดับความสำคัญอันดับ 1 ให้คะแนนสูงสุด คือ 8 ส่วนลำดับความสำคัญรองลงมาให้คะแนนลดลงตามลำดับความสำคัญ ดังตารางข้างต้น

จากตารางข้างต้นสามารถนำมาสร้างสมการเพื่อนำไปหาค่าเฉลี่ยรวม แบบถ่วงน้ำหนัก ดังนี้

$$\overline{X} = 0.19\ \overline{X}_1 + 0.17\ \overline{X}_2 + 0.22\ \overline{X}_3 + 0.14\ \overline{X}_4 + 0.11\ \overline{X}_5 + 0.06\ \overline{X}_6 + 0.08\ \overline{X}_7 + 0.03\ \overline{X}_8$$

การวิเคราะห์ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของกลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งได้มีวิธีการคำนวณจากการทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) ตามความเหมาะสมของคะแนนค่าถ่วงน้ำหนัก ดังนี้

ตารางที่ 5 ความหมายและสัญลักษณ์ข้อบ่งชี้ศักยภาพความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของผู้ประกอบการ

สัญลักษณ์	หมายถึง
$\overline{X}$	ค่าเฉลี่ยทั้งหมด
$\overline{X}_1$	ค่าเฉลี่ยการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ควรสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเต็มที่
$\overline{X}_2$	ค่าเฉลี่ยการให้บริการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ไม่ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วน เช่น นำเที่ยว ขายอาหาร ขายของที่ระลึก เป็นต้น
$\overline{X}_3$	ค่าเฉลี่ยการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ต้องสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างมาก โดยไม่ต้องคำนึงถึงสภาพธรรมชาติ
$\overline{X}_4$	ค่าเฉลี่ยด้านการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ สามารถลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวได้
$\overline{X}_5$	ค่าเฉลี่ยการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จะต้องมีผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติ
$\overline{X}_6$	ค่าเฉลี่ยการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ มุ่งเน้นเฉพาะผลตอบแทนสูงสุดทางเศรษฐกิจต่อประชาชนและต่อท้องถิ่นเท่านั้น
$\overline{X}_7$	ค่าเฉลี่ยการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ไม่จำเป็นต้องมีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และประชาชนท้องถิ่น
$\overline{X}_8$	ค่าเฉลี่ยการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ไม่จำเป็นต้องมีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว

การหาค่าถ่วงน้ำหนักของข้อบ่งชี้ศักยภาพความรู้และความเข้าใจ เพื่อนำไปกำหนดในสมการเพื่อหาค่าเฉลี่ยรวม ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของผู้ประกอบการ

ตารางที่ 6 สรุปค่าถ่วงน้ำหนักข้อบ่งชี้ศักยภาพความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

ข้อบ่งชี้	ลำดับความสำคัญ	คะแนน สูงสุด = 8 ต่ำสุด = 1	ค่าน้ำหนัก = คะแนน / ค่าน้ำหนักรวม	สรุปค่าเฉลี่ยน้ำหนัก
1. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ควรสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเต็มที่	1	8	8 / 36	0.22 ($\overline{X}_1$)
2. การให้บริการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ไม่ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วน เช่น นำเที่ยว ขายอาหาร ขายของที่ระลึก เป็นต้น	7	2	2 / 36	0.06 ($\overline{X}_2$)
3. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ต้องสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างมาก โดยไม่ต้องคำนึงถึงสภาพธรรมชาติ	3	6	6 / 36	0.17 ($\overline{X}_3$)
4. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์สามารถลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวได้	4	5	5 / 36	0.14 ($\overline{X}_4$)

ตารางที่ 7 สรุปค่าถ่วงน้ำหนักข้อบ่งชี้ศักยภาพความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (ต่อ)

ข้อบ่งชี้	ลำดับความสำคัญ	คะแนน สูงสุด = 8 ต่ำสุด = 1	ค่าน้ำหนัก = คะแนน / ค่าน้ำหนักรวม	สรุปค่าเฉลี่ยน้ำหนัก
5. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์จะต้องมีผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติ	2	7	7 / 36	0.19 ($\overline{X}_5$)
6. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์มุ่งเน้นเฉพาะผลตอบแทนสูงสุดทางเศรษฐกิจต่อประชาชนและต่อท้องถิ่นเท่านั้น	8	1	1 / 36	0.03 ($\overline{X}_6$)
7. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ไม่จำเป็นต้องมีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และประชาชนท้องถิ่น	5	4	4 / 36	0.11 ($\overline{X}_7$)
8. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ไม่จำเป็นต้องมีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว	6	3	3 / 39	0.08 ($\overline{X}_8$)
รวม	**36**	**36**	**1**	**1**

หมายเหตุ : ค่าน้ำหนักข้อบ่งชี้ความรู้และความเข้าใจที่มีลำดับความสำคัญอันดับ 1 ให้คะแนนสูงสุด คือ 8 ส่วนลำดับความสำคัญรองลงมาให้คะแนนลดลง ตามลำดับความสำคัญ ดังตารางข้างต้น

จากตารางข้างต้นสามารถนำมาสร้างสมการเพื่อนำไปหาค่าเฉลี่ยรวม แบบถ่วงน้ำหนัก ดังนี้

$$\bar{X} = 0.22\ \bar{X}_1 + 0.06\ \bar{X}_2 + 0.17\ \bar{X}_3 + 0.14\ \bar{X}_4 + 0.19\ \bar{X}_5 + 0.03\ \bar{X}_6 + 0.11\ \bar{X}_7 + 0.08\ \bar{X}_8$$

3.4.4 การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว F-test (ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม ใช้วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

สูตร $F = \frac{MSTrt}{MSE}$

โดยที่ $df_1 = k-1$

$df_2 = n-k$

เมื่อ F แทน ค่าการแจกแจงของ F

$MSTrt$ แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MSE แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

df_1 แทน องศาอิสระของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

df_2 แทน องศาอิสระของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

k แทน จำนวนของกลุ่มตัวอย่างn

n แทน จำนวนตัวอย่างทั้งหมด

กรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ในระดับนัยสำคัญ 0.05 หรือระดับความเชื่อมั่น 95% โดยใช้สูตรตามวิธี Least Significant Difference (LSD) เพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

สูตร $$LSD = t_{1-\alpha/22;n-k}\sqrt{MSE\left[\frac{1}{n_i}+\frac{1}{n_j}\right]}$$

โดยที่ $$n = \sum_{i-1}^{k} n_i$$

$$n_i \neq n_j$$

เมื่อ *LSD* แทน ค่าผลต่อนัยสำคัญที่คำนวณได้สำหรับประชากรกลุ่ม i และ j

MSE แทน ค่า Mean Square Error จากตารางวิเคราะห์ความแปรปรวน

k แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ทดสอบ

α แทน ระดับความเชื่อมั่น

5. การแปลผลข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ สามารถนำมาแปลผลข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของผู้ประกอบการ และระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยว ด้วยการกำหนดอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น (Class interval)} = \frac{\text{พิสัย (Range)}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{อันตรภาคชั้น (Class interval)} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ดังนั้นจึงกำหนดระดับคะแนนโดยแบ่งเป็น 5 ระดับ แต่ละระดับมีค่าคะแนนแตกต่างกัน 0.8 คะแนน ดังนี้

3.5.1 วิธีค่าเฉลี่ย (Mean)

ตารางที่ 7 ตารางการแปลผลคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) โดยวิธีค่าเฉลี่ย (Mean)

คะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด / ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.81 – 2.60	น้อย / ไม่เห็นด้วย
2.61 – 3.40	ปานกลาง
3.41 - 4.20	มาก / เห็นด้วย
4.21 – 5.00	มากที่สุด / เห็นด้วยอย่างยิ่ง

3.5.2 วิธีวิธีถ่วงน้ำหนัก (Weighting Score Method)

ตารางที่ 8 ตารางการแปลผลคำถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) โดยวิธีระดับโดยวิธีวิธีถ่วงน้ำหนัก (Weighting Score Method)

คะแนน	เกณฑ์การให้คะแนน
1.00 – 1.80	มีศักยภาพต่ำมาก
1.81 – 2.60	มีศักยภาพต่ำ
2.61 – 3.40	มัศักยภาพปานกลาง
3.41 - 4.20	มีศักยภาพสูง
4.21 – 5.00	มีศักยภาพสูงมาก

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาศักยภาพของชุมชนบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร ในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ศึกษาความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหารศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร และศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดบริการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของชุมชนบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้นำเสนอในรูปของตารางประกอบความเรียง โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว

4.2 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

4.3 การประเมินความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของผู้ประกอบการ

4.4 การประเมินระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยว

4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว

การพิจารณาข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังตารางที่ 9 ถึงตารางที่ 21

ตารางที่ 9 เพศ

เพศ	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	7	58.3	139	60.4
หญิง	5	41.7	91	39.6
รวม	12	100.0	230	100.0

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 12 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 และเป็นเพศหญิง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 41.7

กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 230 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 60.4 และเป็นเพศหญิง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 39.6

ตารางที่ 10 อายุ

ช่วงอายุ	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
21 – 30 ปี	-	-	85	37.0
31 – 40 ปี	3	25.0	105	45.7
41 – 50 ปี	9	75.0	40	17.3
รวม	12	100.0	230	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 12 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมามีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 230 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มากที่สุด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมามีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0

ตารางที่ 11 สถานภาพการสมรส

สถานภาพการสมรส	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	-	-	121	52.6
แต่งงาน	12	100.0	109	47.4
หย่าร้าง	-	-	-	-
รวม	12	100.0	230	100.0

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 12 คน ทั้งหมดมีสถานภาพการสมรส

กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 230 คน ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมามีสถานภาพแต่งงาน จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 ตามลำดับ

ตารางที่ 12 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	5	41.6	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น	4	33.4	-	-
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	3	2.5	-	-
อนุปริญญา / ปวส.	-	-	5	2.2
ปริญญาตรี	-	-	207	90.0
สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	18	7.8
รวม	12	100.0	230	100.0

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 12 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 41.6 รองลงมา มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4

กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 230 คน ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมา มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8

ตารางที่ 13 อาชีพ

อาชีพ	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกรรม	12	100.0	-	-
ค้าขาย	-	-	11	4.8
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	-	-	175	76.1
บริษัทเอกชน	-	-	17	7.4
อื่นๆ	-	-	27	11.7
รวม	12	100.0	230	100.0

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 12 คน ทั้งหมดประกอบอาชีพเกษตรกรรม

กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 230 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 76.1 รองลงมาประกอบอาชีพอื่นๆซึ่งประกอบด้วยนักพัฒนาองค์กรอิสระ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7

ตารางที่ 14 ลักษณะการประกอบอาชีพธุรกิจโฮมสเตย์ ของผู้ประกอบการ

ลักษณะ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพหลัก	1	8.3
อาชีพเสริม	11	91.7
รวม	12	100.0

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ลักษณะประกอบอาชีพธุรกิจโฮมสเตย์เป็นอาชีพเสริม จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 91.7 และประกอบอาชีพธุรกิจโฮมสเตย์เป็นอาชีพหลัก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3

ตารางที่ 15 ระยะเวลาเข้ามาประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ของผู้ประกอบการ

ระยะเวลาเข้ามาประกอบธุรกิจโฮมสเตย์	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	1	8.3
1 – 2 ปี	3	25.0
3 – 4 ปี	4	33.3
5 ปีขึ้นไป	4	33.3
รวม	12	100.0

จากตารางที่ 15 พบว่า ระยะเวลาเข้ามาประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 3 – 4 ปี และตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน โดยรวมจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3

ตารางที่ 16 รายได้จากธุรกิจโฮมสเตย์ (บาท/เดือน)

จำนวนเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 1,000 บาท	5	41.7
1,001 – 2,000 บาท	7	58.3
รวม	**12**	**100.0**

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้จากการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ระหว่าง 1,001-2,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 ซึ่งลักษณะการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ของผู้ประกอบการเป็นลักษณะการประกอบอาชีพเสริม

ตารางที่ 17 อัตราค่าบริการที่พัก ของผู้ประกอบการ

อัตราค่าบริการที่พัก	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท/คืน	6	50.0
ระหว่าง 301 – 500 บาท/คืน	6	50.0
ระหว่าง 501 – 1,000 บาท/คืน	-	-
รวม	12	100.0

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการกำหนดอัตราค่าที่พักอยู่ระหว่าง 301- 500 บาท/คืน และต่ำกว่าหรือเท่ากับ 300 บาท/คืน ซึ่งมีจำนวนเท่ากัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0

ตารางที่ 18 ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว

ยานพาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	190	82.6
รถจักรยานยนต์	10	4.3
รถยนต์ของบริษัททัวร์	30	13.0
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว หรือโฮมสเตย์ จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 82.6 รองลงมากลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมากับรถยนต์ของบริษัททัวร์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรถจักรยานยนต์เป็นจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว

จำนวนสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
จำนวน 1-5 คน	58	25.2
จำนวน 6-10 คน	120	52.2
จำนวน 11-15 คน	41	17.8
จำนวน 16 คนขึ้นไป	11	4.8
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 19 พบว่า จำนวนสมาชิกนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มสมาชิก 6-10 คน จำนวน 120คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 รองลงมากลุ่มสมาชิก 1-5 คน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 กลุ่มสมาชิก 11-15 คน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และกลุ่มสมาชิก 16 คนขึ้นไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 ลักษณะกลุ่มในการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว

ลักษณะกลุ่มเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มเพื่อน	130	56.5
มาพร้อมกับหน่วยงาน/สถาบันต่างๆ	70	30.4
บริษัททัวร์	30	13.0
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 20 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากมีลักษณะในการเดินทางท่องเที่ยวมากับกลุ่มเพื่อน จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 56.5 รองลงมาเดินทางมาท่องเที่ยวในลักษณะกลุ่มหน่วยงานหรือสถาบันต่างๆ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 และเดินทางมาพร้อมบริษัททัวร์ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 21 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
ศึกษาหาความรู้	93	40.4
พักผ่อน	34	14.8
สัมผัสธรรมชาติ	30	13.0
ผจญภัย	12	5.2
แลกเปลี่ยนและถ่ายทอดประสบการณ์	61	26.5
รวม	230	100.0

จากตารางที่ 21 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ จำนวน 93 คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมามีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดประสบการณ์ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และมีวัตถุประสงค์เพื่อการผจญภัยน้อยที่สุดจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

4.2 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จะพิจารณาจากความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังตารางที่ 22 ถึงตารางที่ 30

ตารางที่ 22 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านที่พัก

ดัชนี	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
1. โครงสร้างบ้านพักมีความมั่นคง	4.08	มาก	3.83	มาก
2. บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้สะดวกและแสงสว่างส่องถึงกันไม่มีกลิ่นอับและหลังคาสามารถกันน้ำฝนได้	4.75	มากที่สุด	3.42	มาก
3. มีที่นอนที่สบายตามสภาพชุมชนและเครื่องนอนที่สะอาด	3.92	มาก	3.59	มาก
4. มีห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด	4.58	มากที่สุด	3.05	ปานกลาง
5. มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนและอุปกรณ์สำหรับ การนอนทุกครั้งที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพัก	4.50	มากที่สุด	3.43	มาก
6. มีการกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอโดยใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้าน	3.75	มาก	3.39	ปานกลาง
7. มีการดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณบ้าน	3.67	มาก	3.26	ปานกลาง
รวม	**4.18**	**มาก**	**3.42**	**มาก**

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการ มีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านที่พัก มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.18 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมากที่สุด ประกอบด้วย บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้สะดวกและแสงสว่างส่องถึงกันไม่มีกลิ่นอับและหลังคาสามารถกันน้ำฝนได้ มีห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด และมีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนและอุปกรณ์สำหรับ การนอนทุกครั้งที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพัก

กลุ่มนักท่องเที่ยว มีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านที่พัก มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.42 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมากประกอบด้วย บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้สะดวกและแสงสว่างส่องถึงกันไม่มีกลิ่นอับและหลังคาสามารถกันน้ำฝนได้ มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนและอุปกรณ์สำหรับ การนอนทุกครั้งที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพัก โครงสร้างบ้านพักมีความมั่นคง และมีที่นอนที่สบายตามสภาพชุมชนและเครื่องนอนที่สะอาด

ตารางที่ 23 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านอาหารและโภชนาการ

ดัชนี	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
1. มีอาหารปรุงมาอย่างดี	4.50	มากที่สุด	3.44	มาก
2. ภาชนะที่ใส่สะอาดและปลอดภัย	4.75	มากที่สุด	3.41	มาก
3. ครัวอยู่ในสภาพที่สะอาดไม่มีกลิ่น	3.75	มาก	3.05	ปานกลาง
4. อุปกรณ์ที่ใช้ในครัวสะอาดถูกสุขลักษณะ	4.00	มาก	3.23	ปานกลาง
5. มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด	4.58	มากที่สุด	3.22	ปานกลาง
6. มีร้านอาหารในชุมชน	2.67	ปานกลาง	2.84	ปานกลาง
รวม	4.04	มาก	3.20	ปานกลาง

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านอาหารและโภชนาการ มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.04 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมากที่สุด ประกอบด้วย มีอาหารปรุงมาอย่างดี ภาชนะที่ใส่สะอาดและปลอดภัย และมีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด

กลุ่มนักท่องเที่ยวมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านอาหารและโภชนาการ มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.20 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ประกอบด้วย มีอาหารปรุงมาอย่างดี และภาชนะที่ใส่สะอาดและปลอดภัย

ตารางที่ 24 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านความปลอดภัย

ดัชนี	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
1. มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย	4.50	มาก	3.03	ปานกลาง
2. มีเครื่องมือและวิธีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้ายหรือกรณีที่นักท่องเที่ยวเจ็บป่วย	4.08	มาก	3.02	ปานกลาง
3. มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น	4.33	มากที่สุด	2.78	ปานกลาง
4. มีการตักเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สินและ พร้อม เกี่ยวกับยา ในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีโรคประจำตัว	4.25	มากที่สุด	3.18	ปานกลาง
5.มีการดูแลและซ่อมแซมล็อคต่าง ๆ ในที่พักเพื่อความปลอดภัยอยู่เสมอ	4.17	มาก	3.23	ปานกลาง
รวม	**4.27**	**มากที่สุด**	**3.05**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านความปลอดภัย มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.27 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมากที่สุด ประกอบด้วย มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น และมีการตักเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สินและ พร้อม เกี่ยวกับยาในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีโรคประจำตัว

กลุ่มนักท่องเที่ยวมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านความปลอดภัย มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.05 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับปานกลาง ประกอบด้วย มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีการตักเตือน

นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สินและ พร้อม เกี่ยวกับยา ในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีโรคประจำตัว มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย มีเครื่องมือและวิธีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้ายหรือกรณีที่นักท่องเที่ยวเจ็บป่วย และมีการดูแลและซ่อมแซมล็อคต่าง ๆ ในที่พักเพื่อความปลอดภัยอยู่เสมอ

ตารางที่ 25 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านการจัดการ

ดัชนี	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
1.มีการรวมกลุ่มของชาวบ้าน จัดการในรูปของชมรมหรือ สหกรณ์	4.75	มากที่สุด	4.03	มาก
2. มีคณะกรรมการบริหารโครงการ	4.75	มากที่สุด	4.23	มากที่สุด
3. มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อมิให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีต ประเพณี ความเชื่อของชุมชน	4.08	มาก	3.84	มาก
4.มีระบบการจองล่วงหน้าและลงทะเบียนเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว	4.33	มากที่สุด	3.64	มาก
5. มีรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมและบริการต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบชัดเจน	4.17	มาก	3.65	มาก
6. มีข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างละเอียดให้นักท่องเที่ยวเลือก	4.17	มาก	3.64	มาก
7.ชุมชนไม่หวังจะสร้างรายได้จากโฮมสเตย์อย่างเดียวและต้องไม่มีผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน	4.50	มากที่สุด	3.82	มาก
8. มีผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ที่เป็นคนท้องถิ่น พร้อมในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	4.08	มาก	3.83	มาก
รวม	**4.35**	**มากที่สุด**	**3.83**	**มาก**

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านการจัดการ มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.35 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมากที่สุด ประกอบด้วย มีการรวมกลุ่มของชาวบ้าน จัดการในรูปของชมรมหรือ สหกรณ์ มีคณะกรรมการบริหารโครงการ มีระบบการจองล่วงหน้าและลงทะเบียนเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว และชุมชนไม่หวังจะสร้างรายได้จากโฮมสเตย์อย่างเดียวและต้องไม่มีผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน

กลุ่มนักท่องเที่ยวการมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านการจัดการมีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.83 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมากที่สุด ประกอบด้วย มีคณะกรรมการบริหารโครงการ

ตารางที่ 26 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ดัชนี	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
1. มีกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น เดินป่า ตกปลา ขี่ม้า ปีนเขา ขี่จักรยาน ฯลฯ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน	4.08	มาก	3.65	มาก
2. มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ทอผ้า จักสาร ฯลฯ	4.33	มากที่สุด	3.85	มาก
3. มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญ ฯลฯ	4.33	มากที่สุด	3.83	มาก
4. มีกิจกรรมบันเทิง เช่นดนตรี การแสดง พื้นบ้าน ฯลฯ	3.92	มาก	3.62	มาก
5. มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.58	มากที่สุด	3.85	มาก
6. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชุมชน และการถ่ายทอดตำนานหรือประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น	4.00	มาก	3.64	มาก
รวม	**4.21**	**มากที่สุด**	**3.74**	**มาก**

จากตารางที่ 26 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.21 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมากที่สุด ประกอบด้วย มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ทอผ้า จักสาร ฯลฯ มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญ ฯลฯ และมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

กลุ่มนักท่องเที่ยวมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.74 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ประกอบด้วย มีกิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น ทอผ้า จักสาร ฯลฯ มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีของท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญ ฯลฯ มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น เดินป่า ตกปลา ขี่ม้า ปีนเขา ขี่จักรยาน ฯลฯ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนในชุมชน มีกิจกรรมบันเทิง เช่นดนตรี การแสดง พื้นบ้าน ฯลฯ และมีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เช่น กิจกรรมเกี่ยวกับการประกอบอาชีพของชุมชน และการถ่ายทอดตำนานหรือประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น

ตารางที่ 27 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านสภาพแวดล้อม

ดัชนี	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
1. มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภทเช่น แหล่งโบราณคดี โบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรเป็นต้น	4.00	มาก	3.07	ปานกลาง
2. มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนอยู่เสมอ	3.92	มาก	3.61	ปานกลาง
3. มีสถานพยาบาล ไปรษณีย์ ธนาคารอยู่ไม่ไกลเกินไป	4.00	มาก	1.97	น้อย
4. พื้นที่หลักยังคงสภาพเดิมของชุมชน และยังรักษาวัฒนธรรมและประเพณีของตน	4.08	มาก	3.26	ปานกลาง
รวม	**4.00**	**มาก**	**2.98**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 27 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านสภาพแวดล้อม มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.00 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ประกอบด้วย มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภทเช่น แหล่งโบราณคดี โบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรเป็นต้น มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนอยู่เสมอ มีสถานพยาบาล ไปรษณีย์ ธนาคารอยู่ไม่ไกลเกินไป และพื้นที่หลักยังคงสภาพเดิมของชุมชน และยังรักษาวัฒนธรรมและประเพณีของตน

กลุ่มนักท่องเที่ยวมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านสภาพแวดล้อม มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 2.98 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับปานกลาง ประกอบด้วย มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภทเช่น แหล่งโบราณคดี โบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรเป็นต้น มีการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนอยู่เสมอ และพื้นที่หลักยังคงสภาพเดิมของชุมชน และยังรักษาวัฒนธรรมและประเพณีของตน

ตารางที่ 28 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านมูลค่าเพิ่ม

ดัชนี	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
1. มีร้านขายของที่ระลึกในชุมชน	2.25	น้อย	2.86	ปานกลาง
2. มีผลิตภัณฑ์โดยชาวบ้านและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิต	3.92	มาก	3.46	มาก
3. มีโอกาสได้เผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน	4.08	มาก	3.85	มาก
4. มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการให้บริการที่ประทับใจ	3.58	มาก	3.45	มาก
รวม	**3.46**	**มาก**	**3.41**	**มาก**

จากตารางที่ 28 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านมูลค่าเพิ่ม มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.46 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ประกอบด้วย มีผลิตภัณฑ์โดยชาวบ้านและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิต

มีโอกาสได้เผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน และมีโอกาสพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการให้บริการที่ประทับใจ

กลุ่มนักท่องเที่ยวมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านมูลค่าเพิ่ม มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.41 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ประกอบด้วย มีผลิตภัณฑ์โดยชาวบ้านและใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผลิต มีโอกาสได้เผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน และมีโอกาสพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการให้บริการที่ประทับใจ

ตารางที่ 29 การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ดัชนี	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
	ค่าเฉลี่ย	แปลความ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
1. มีคู่มือเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยว และเป็นข้อมูลจริงโดยคู่มือหรือเอกสารดังกล่าวมีรายละเอียดต่างๆ ครบถ้วน เช่น รายการกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยว แผนที่เดินทาง	3.83	มาก	2.86	ปานกลาง
2. มีการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์	4.08	มาก	2.67	ปานกลาง
3. มีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา	3.67	มาก	2.82	ปานกลาง
รวม	**3.86**	**มาก**	**2.78**	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 29 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.86 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับมาก ประกอบด้วย มีคู่มือเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยว และเป็นข้อมูลจริงโดยคู่มือหรือเอกสารดังกล่าวมีรายละเอียดต่างๆ ครบถ้วน เช่น รายการกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยว แผนที่เดินทาง มีการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ และมีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

กลุ่มนักท่องเที่ยวมีการประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 2.78 โดยมีดัชนีที่มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับปานกลาง ประกอบด้วย มีคู่มือเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยว และเป็นข้อมูลจริงโดย

คู่มือหรือเอกสารดังกล่าวมีรายละเอียดต่างๆ ครบถ้วน เช่น รายการกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยว แผนที่เดินทาง มีการเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ และมีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ตารางที่ 30 ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

มาตรฐาน	ค่าถ่วงน้ำหนัก	ผู้ประกอบการ		นักท่องเที่ยว	
		$\bar{X}_n$	ค่าเฉลี่ยรวม	$\bar{X}_n$	ค่าเฉลี่ยรวม
1. ด้านที่พัก	0.19	4.18	0.79	3.42	0.65
2. ด้านอาหารและโภชนาการ	0.17	4.04	0.69	3.20	0.54
3. ด้านความปลอดภัย	0.22	4.27	0.94	3.05	0.67
4. ด้านการจัดการ	0.14	4.35	0.61	3.83	0.54
5. ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.11	4.21	0.46	3.74	0.41
6. ด้านสภาพแวดล้อม	0.06	4.00	0.24	2.98	0.18
7. ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.08	3.46	0.28	3.41	0.27
8. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.03	3.86	0.12	2.78	0.08
รวม	1		4.13		3.35

จากตารางที่ 30 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการ เมื่อเปรียบเทียบค่าคะแนนศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ที่คำนวณได้กับระดับที่กำหนดไว้ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของตนเองในระดับสูง ที่ค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก คือ 4.13

กลุ่มนักท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบค่าคะแนนศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ที่คำนวณได้กับระดับที่กำหนดไว้ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหารในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก คือ 3.35

4.3 การประเมินความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของผู้ประกอบการ

การประเมินความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์จะพิจารณาจากกลุ่มผู้ประกอบการ โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ข้อบ่งชี้ความรู้ และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของผู้ประกอบการ

ข้อบ่งชี้ความรู้และความเข้าใจ	ค่าถ่วงน้ำหนัก	$\bar{X}_n$	ค่าเฉลี่ยรวม
1. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ควรสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเต็มที่	0.22	4.00	0.88
2. การให้บริการเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ไม่ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วน เช่น นำเที่ยว ขายอาหาร ขายของที่ระลึก เป็นต้น (R)	0.06	1.75	0.11
3. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ต้องสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างมาก โดยไม่ต้องคำนึงถึงสภาพธรรมชาติ (R)	0.17	1.92	0.33
4. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ สามารถลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวได้	0.14	3.75	0.53
5. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จะต้องมีผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติ	0.19	4.33	0.82
6. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ มุ่งเน้นเฉพาะผลตอบแทนสูงสุดทางเศรษฐกิจต่อประชาชนและต่อท้องถิ่นเท่านั้น (R)	0.03	2.17	0.07
7. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ไม่จำเป็นต้องมีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และประชาชนท้องถิ่น (R)	0.11	1.50	0.17
8. การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ไม่จำเป็นต้องมีการสร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว (R)	0.08	1.33	0.11
รวม	1		3.00

จากตารางที่ 31 กลุ่มผู้ประกอบการ เมื่อเปรียบเทียบค่าคะแนนความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ที่คำนวณได้กับระดับที่กำหนดไว้ แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการประเมินความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก คือ 3.00 ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องการจัดการโฮมสเตย์ จะต้องมีผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติ มีการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเต็มที่ และการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์สามารถลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวได้

4.4 การประเมินระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยว

การประเมินระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จะพิจารณาจากกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	แปลความ
1. การได้มีประสบการณ์เรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับธรรมชาติของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์	3.60	มาก
2. การบังคับใช้กฎระเบียบของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ต่อนักท่องเที่ยว	3.37	ปานกลาง
3. การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์	3.26	ปานกลาง
4. การจัดและการให้สิ่งอำนวยความสะอาดของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เช่น ที่พัก ห้องน้ำ ถังขยะลานจอดรถ	3.30	ปานกลาง
5. คุณภาพของสื่อให้ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ เช่น เอกสารเผยแพร่ ป้ายสื่อความหมาย นิทรรศการ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	3.07	ปานกลาง
6. การดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการ	3.22	ปานกลาง
7. การป้องกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ	3.44	มาก
8. การให้บริการข้อมูลความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรณ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยผู้ประกอบการ	3.47	มาก

ตารางที่ 32 ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

9. ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการต่างๆและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายต่อกิจกรรม	3.63	มาก
รวม	3.37	**ปานกลาง**

จากตารางที่ 32 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวมีการประเมินระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ มีความพึงพอใจที่ระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.37 โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ประกอบด้วย การได้มีประสบการณ์เรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับธรรมชาติของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ การป้องกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ การให้บริการข้อมูลความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรณ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยผู้ประกอบการ และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการต่างๆและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายต่อกิจกรรม และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ประกอบด้วย การบังคับใช้กฎระเบียบของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ต่อนักท่องเที่ยว การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ การจัดและการให้สิ่งอำนวยความสะอาดของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เช่น ที่พัก ห้องน้ำ ถังขยะลานจอดรถ คุณภาพของสื่อให้ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ เช่น เอกสารเผยแพร่ ป้ายสื่อความหมาย นิทรรศการ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการ

บทที่ 5
สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ตลาดบริการ และศักยภาพการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหารมีการกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร ในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

2. เพื่อศึกษาความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการ การจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

4. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของชุมชนบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยสำรวจความความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 242 คน แบ่งเป็นผู้ประกอบการการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม 12 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และนักท่องเที่ยว 230 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows โดยใช้สถิติ คือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) วิถีถ่วงน้ำหนัก (Weighting Score Method) เพื่อคำนวณระดับศักยภาพ และความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์ และการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1.1 สรุปผลข้อมูลทั่วไป

กลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 58.3 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 75.0 สถานภาพสมรส ร้อยละ 100.0 ระดับการศึกษาประถมศึกษา ร้อยละ 41.6 อาชีพเกษตรกรรม ร้อยละ 100.0 ประกอบธุรกิจโฮมสเตย์เป็นอาชีพเสริม ร้อยละ 91.1 ซึ่งประกอบกิจการเป็นระยะเวลา 3 ปีขึ้นไป ร้อยละ 50.0 มีรายได้จากธุรกิจโฮมสเตย์ 1,001 – 2,000 บาท/เดือน และมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่พักระหว่าง 301 – 500 บาท/คืน ร้อยละ 50.0

กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.4 มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 45.7 สถานภาพโสด ร้อยละ 52.6 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 90.0 อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 76.1 โดยใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว ร้อยละ 82.6 มีสมาชิกร่วมเดินทางท่องเที่ยวจำนวน 6 – 10 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2 ลักษณะกลุ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อน ร้อยละ 56.5 มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้ ร้อยละ 40.4

1.2 สรุปและอภิปรายผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.2.1 ศักยภาพของชุมชนบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร ในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ พบว่า

กลุ่มผู้ประกอบการมีการประเมินศักยภาพของชุมชนบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร ในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ พบว่ามีศักยภาพในระดับสูง ผลการประเมินมีการประเมินด้านมาตรฐานความเหมาะสมและคุณภาพในระดับมากที่สุดของศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ประกอบด้วยมาตรฐานด้าน ด้านการจัดการ ด้านความปลอดภัย และด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยวมีการประเมินศักยภาพของชุมชนบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหารในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ พบว่ามีศักยภาพในระดับปานกลาง ผลการประเมินมีการประเมินด้านมาตรฐานความเหมาะสมและคุณภาพในระดับมาก ของศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ประกอบด้วยมาตรฐานด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านที่พัก และด้านมูลค่าเพิ่ม

ตารางที่ 33 สรุปผลการประเมินศักยภาพ ความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการ และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

รายการ	ค่าคะแนน	แปลความ
1.ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของชุมชนบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร	4.13	ระดับศักยภาพสูง
2.ผลการประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของชุมชนบ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร	3.35	ระดับศักยภาพปานกลาง
3.ผลการประเมินความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของผู้ประกอบการ	3.00	ระดับศักยภาพปานกลาง
4.ผลการประเมินระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยว	3.37	ระดับความพึงพอใจปานกลาง

1.2.2 การประเมินความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการ การจัดการท่องเที่ยาโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหารพบว่าผู้ประกอบการมีการประเมินความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ในระดับปานกลาง ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องการจัดการโฮมสเตย์ จะต้องมีผลกระทบน้อยที่สุดต่อสภาพธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติ มีการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเต็มที่ และการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ สามารถลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวได้

1.2.3 การประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับมาก ประกอบด้วย การได้มีประสบการณ์เรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับธรรมชาติของการจัดการท่องเทียวโฮมสเตย์ การป้องกันดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ การให้บริการข้อมูลความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรณ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยผู้ประกอบการ และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการต่างๆและความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายต่อกิจกรรม กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ประกอบด้วย การบังคับใช้กฎระเบียบของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ต่อ

นักท่องเที่ยว การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ การจัดและการให้สิ่งอำนวยความสะอาดของการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เช่น ที่พัก ห้องน้ำ ถังขยะ ลานจอดรถ คุณภาพของสื่อให้ความรู้เกี่ยวกับพื้นที่ เช่น เอกสารเผยแพร่ ป้ายสื่อความหมาย นิทรรศการ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และการดูแลรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการ

ซึ่งจากการสรุปผลการวิจัย พบว่า สอดคล้องกับการศึกษาของ กิตติชัย เจริญชัย ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) บ้านซะซอม ต.นาโพธิ์กลาง อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี พบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) อยู่ในระดับสูง ผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมพัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) ในระดับสูง และนักท่องเที่ยวมีคระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวสัมพัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) อยู่ในระดับปานกลาง

5.2 ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษา

2.1.1 แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

การพัฒนากลยุทธ์กลยุทธ์ทางการตลาดบริการ (Services Marketing Mix's) ธุรกิจโฮมสเตย์ของบ้านหนองหล่ม ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ (Product and Services) ดังนั้นบริการที่มีเสนอให้ กับนักท่องเที่ยว และ เป็นสิ่งที่ควรพิจารณาในการพัฒนาโฮมสเตย์ ประกอบด้วย วิถีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท พยายามสื่อสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ เรียนรู้ในวิถีชีวิตของชุมชนแบบดังเดิม ถ่ายทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบ้านซะซอม สร้างความรู้สึกความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวไว้ว่างใจกับหมู่บ้าน

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ควรมีรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียมและบริการต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจน โดยการกำหนดอัตราค่าบริการแต่ละรายการตามสัดส่วนความเหมาะสมของจำนวนนักท่องเที่ยว และกิจกรรมต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องการ

3. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ควรมีการพัฒนาระบบการจองล่วงหน้าและลงทะเบียนเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่สะดวกและรวดเร็วและการบริการที่ประทับใจ

โดยวิธีการจัดทำสมุดบัญชีการเข้าพักของนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การทำหนดวันเวลา จำนวนนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน และมีการนำโทรศัพท์มาช่วยในการรับการสั่งจองเพิ่มมากขึ้น

4. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นับเป็นวิธีหนึ่งที่อยู่ในรูปแบบส่งเสริมการขายบริการธุรกิจต่าง ๆ เข้าสู่หมู่บ้านโดยตรง ซึ่งบ้านซะซอมอาจดำเนินการหลายวิธี ดังนี้

4.1 การจัดทำข่าวสารเผยแพร่(Press Releas) ส่งให้กับสื่อมวลชนสาขาต่าง ๆ ทั้งนี้ต้องมีงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย ค่าภาพ ค่ากระดาษทำสำเนาข่าว ค่าจัดส่ง เป็นต้น และปัจจุบันการจัดทำข่าวสารเผยแพร่นิยมจัดส่งทางอีเมล์ (E-mail) หรือ Internet

4.2 การจัดทำเอกสาร แผ่นพับ(Brochure) เป็นเอกสารที่มีภาพประกอบอธิบายสั้น ๆ อาจใช้พิมพ์หนึ่งสี สองสี หรือ สี่สี ตามแต่งบประมาณ ทั้งนี้ต้องมีงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าจัดทำต้นฉบับ ค่าภาพ ค่าออกแบบ ค่าจัดพิมพ์ ค่าประสานงาน ค่าจัดส่งเผยแพร่เป็นต้น

4.3 การจัดทำคู่มือนำเที่ยวเผยแพร่(Hand Book)เป็นเอกสารที่รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ไว้โดยละเอียด มีแผนที่ประกอบ แจ้งราคาค่าบริการชัดเจน นับเป็นเอกสารที่มีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นการจัดทำจึงต้องคิดให้รอบคอบว่า จะจัดทำเพื่อจำหน่าย ให้มีเงินทุนหมุนเวียนในการจัดพิมพ์ หรือการจัดทำโดยหาสปอนเซอร์โฆษณา แล้วแจกฟรีทั้งนี้ต้องมีงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าต้นฉบับ ค่าภาพ ค่าออกแบบ ค่าจัดพิมพ์ ค่าประสานงาน ค่าจัดส่งเผยแพร่เป็น

4.4 การจัดทำโปสเตอร์เผยแพร่ นับเป็นเอกสารที่นิยมจัดทำ ทั้งนี้ต้องมีงบประมาณค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าต้นฉบับ ค่าภาพประกอบ ค่าจัดพิมพ์ และค่าจัดส่งเผยแพร่เป็นต้น

4.5 การจัดทำโสตทัศนูปกรณ์ เพื่อเผยแพร่ นับเป็นอุปกรณ์ประชาสัมพันธ์ที่ได้ผลมากที่สุด เช่น การจัดทำ สไลด์ การจัดทำวีดีโอ วีดิทัศน์ การทำซีดีรอม (CD ROM) และจัดทำนิทรรศการ การผลิตสื่อทัศนูปกรณ์แต่ละประเภทนี้ มีค่าใช้จ่ายสูง ประกอบด้วย ค่าเขียนบท ค่าภาพประกอบ ค่าเพลงประกอบ ค่าดำเนินการ และค่าจัดส่งเป็นต้น

5. กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People) การจัดกิจกรรมการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ควรที่จะมีการรวมกลุ่มจัดตั้งในรูปของกลุ่ม หรือ ชมรม หรือสหกรณ์ โดยการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งสมาชิกและคนใจชุมชนจะต้องมีความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในด้านการจัดการมีการฝึกอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในชุมชน

6. กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการต้องวางแผนทั้งกระบวนการการให้บริการนักท่องเที่ยว และกระบวนการการจัดการภายในกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อให้มีแนวปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน และกระบวนการทั้งหมดจะเป็นแนวทางในการสร้างมาตรฐานการให้บริการของชุมชนที่มีระดับการให้บริการเดียวกัน

7. กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) เนื่องจากโฮมสเตย์ หรือการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท มีจุดศูนย์กลางอยู่ที่บ้านพักในชุมชน ดังนั้น การจัดการเกี่ยวกับที่พัก จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่เป็นลักษณะทางกายภาพ ที่ชุมชนหรือเจ้าของบ้านต้องมีหลักและแนวทางในการปฏิบัติ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางด้านการสร้างภาพลักษณ์ให้กับชุมชน เช่นเป็นการพิจารณาเตียงนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล ห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด อาหารพื้นบ้านง่าย ๆ แต่ปรุงมาอย่างดี ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งกลยุทธ์ที่กล่าวมานั้นจะเป็นภาพลักษณ์ของชุมชนที่บ่งบอกลักษณะทางกายภาพของพื้นที่และสามารถสร้างการจดจำ การเรียนรู้ ความพึงพอใจ และความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

2.1.2 แนวทางในการวางแผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านหนองหล่ม ตำบลโพธิ์ไทร อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร

จากผลการวิจัยศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ จะต้องมีการพัฒนารูปแบบการจัดการเพื่อให้สอดคล้องกับกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดังนั้นบ้านหนองหล่ม ควรมีการวางแผนและพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆเพื่อตอบสนองต่อนโยบายของกระทรวงดังนี้

1. ด้านที่พัก ประเด็นที่บ้านหนองหล่ม ซึ่งมีลักษณะเป็นบ้านพักแบบชาวภูไท ซึ่งจะเป็นบ้านที่ไม่มีการจัดทำเป็นห้องพักแบบเป็นสัดส่วน จะทำเป็นห้องโล่งเพียงห้องเดียวให้นักท่องเที่ยวพักที่บ้าน ดังกล่าว ดังนั้นควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ดังนี้

1. ควรมีการดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณรอบๆ บ้าน โดยการดูแลเอาใจใส่รายละเอียดต่างๆบริเวณบ้านเช่น สวนหย่อม สวนครัว ต้นไม้ ร่องน้ำ ควรมีการปลูกต้นไม้ เช่น ไม้ดอก ไม้ประดับ ไม้ผลเพิ่มเติมหากมีที่พอ มีที่นั่งเล่นบริเวณลานบ้าน นอกจากนี้ควรทำความสะอาดสิ่งที่อยู่บริเวณบ้านอยู่เสมอ ไม่ควรมีที่น้ำขังที่เป็นแหล่งเพาะยุง หากมีตุ่มน้ำฝนควรมีฝาปิด

2. ลักษณะบ้านควรมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และไม่มีกลิ่นอับ หมายถึง ห้องต่าง ๆ ของบ้านออกแบบให้ลมผ่านได้ทุกจุด เช่น ห้องนอน ห้องรับแขก ห้องครัว และห้องน้ำ ในขณะเดียวกันต้องมีความปลอดภัยควบคู่ไปด้วย

2. ด้านอาหารและโภชนาการ ประเด็นที่บ้านหนองหล่ม ซึ่งลักษณะอาหารของชุมชนจะเป็นอาหารบางครั้งสุกๆดิบๆ และไม่สะอาดอาจจะเป็นพิษกับนักท่องเที่ยวซึ่งไม่เคยรับประทานอาหาร ดังกล่าวมาก่อน ดังนั้นควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ดังนี้

1. ในการบริการอาหารของเจ้าของบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว อาจมีเพียงอาหารเช้า หรือบางมื้อเท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีร้านอาหารในชุมชน คอยให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารตามสั่ง หรือร้านข้าวแกง และร้านอาหารดังกล่าวควรเป็นเครือข่ายในชุมชนที่ร่วมมือกันต้อนรับนักท่องเที่ยว โดย เฉพาะอย่างยิ่ง ต้องร่วมมือในเรื่องของความสะอาดของอาหาร ร้านและอุปกรณ์ต่างๆ ที่สำคัญราคาปกติไม่แพงจนเกินไป นอกจากนี้ควรมีบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส และน่าประทับใจ

2. ห้องครัวอาจอยู่ในตัวบ้าน หรือ แยกจากตัวบ้านก็ได้ แต่ควรหมั่นทำความสะอาดอยู่เสมอ โดยเฉพาะหลังจากการปรุงอาหารทุกครั้ง

3. ด้านความปลอดภัย ประเด็นที่บ้านหนองหล่ม มีสถานบริบาลชุมชน ซึ่งตั้งอยู่ไกล ดังนั้นควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเพื่อโฮมสเตย์ ดังนี้

1. ควรมีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น หมายถึง เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่นักท่องเที่ยวเจ็บป่วย ถูกแมลงสัตว์กัดต่อยและอุบัติเหตุต่าง ๆ ควรมีการปฐมพยาบาลเบื้องต้นได้ ก่อนนำส่งสถานพยาบาล เช่น การห้ามเลือด การปั๊มหัวใจ การประคบ การทำแผล นอกจากนี้ควรมียาสามัญประจำบ้าน และที่เก็บยา ดังกล่าวอย่างเหมาะสมและหาง่าย อาจมีตู้ยาเฉพาะติดตั้งไว้ในจุดที่มองเห็นในบ้านพัก

2. ควรจัดหาเครื่องมือและวิธีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้านแรงหรือกรณีนักท่องเที่ยวเจ็บป่วย โดยเครื่องมือควรเป็นอุปกรณ์หรือสิ่งที่ใช้เป็นสื่อ เพื่อติดต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจ ทหาร พยาบาล สาธารณสุข พนักงานดับเพลิงในกรณีที่เกิดเหตุร้าย เช่น นักท่องเที่ยวเจ็บป่วย ประสบอุบัติเหตุ จี้ ปล้น และอื่น ๆ เครื่องมือดังกล่าว ได้แก่ โทรศัพท์ โทรสาร วิทยุ เป็นต้น ซึ่งควรจะมีอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างก็ได้ โดยสามารถใช้อุปกรณ์สื่อสารต่างๆ ดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง และควรมีการฝึกอบรมโดยใช้สถานการณ์จำลอง เพื่อความคล่องตัวในการปฏิบัติ เมื่อเกิดเหตุการณ์จริง

4. ด้านการจัดการ ประเด็นที่บ้านหนองหล่ม มีลักษณะสั่งจองที่พักโดยทางโทรศัพท์บ้าน โดยบางครั้งผู้ประกอบการไม่อยู่ที่บ้านจึงไม่สามารถติดต่อข้อมูลได้ ควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ดังนี้

ควรมีระบบจองล่วงหน้า หมายถึง เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยว จะต้องสามารถจองล่วงหน้าได้โดยควรจัดเตรียมโทรศัพท์ หรือ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือไปรษณีย์ จองโดยตรงกับกรรมการของโฮมสเตย์ หรือจองผ่านบริษัทนำเที่ยว การจองล่วงหน้าดังกล่าว ต้องมีการตอบรับและต้องแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบข้อปฏิบัติล่วงหน้าด้วย

5. ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ประเด็นที่บ้านหนองหล่ม ซึ่งมีลักษณะคือ การนำนักท่องเที่ยงนั่งเรือล่องแม่น้ำโขง พาเดินป่าโดยคอมมิวนิสเดิม และการบายศรีสู่ขวัญ ดังนั้นควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ดังนี้

ควรพิจารณากิจกรรมด้านบันเทิงหรือกิจกรรม นันทนาการในยามว่าง หรือตอนเย็นหรือตามเวลาที่เหมาะสม ควรจัดให้นักท่องเที่ยวเลือกด้วย เช่น ดนตรีพื้นเมือง การเต้นรำ และการแสดงพื้นบ้าน โดยการแสดงต่างๆ ควรเป็นของชุมชน

6. ด้านสภาพแวดล้อม ประเด็นที่บ้านหนองหล่ม ซึ่งลักษณะหมู่บ้านนั้น ตั้งไกลจากสถานีอนามัย และสถานบริบาล ดังนั้นควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ดังนี้

โฮมสเตย์ควรอยู่ไม่ไกลจากสถาน พยาบาล เพื่อความสะดวกในการเคลื่อนย้าย นักท่องเที่ยวเมื่อเจ็บป่วย หรือหากไม่มีสถานพยาบาล ควรรู้สถาน พยาบาลที่อยู่ใกล้ที่สุด ส่วนไปรษณีย์ และธนาคารก็เช่นกัน หากไม่อยู่ใกล้ชุมชน ควรจะรู้สถานที่ที่อยู่ใกล้มากที่สุด เพื่อแนะนำนักท่องเที่ยวได้

7. ด้านมูลค่าเพิ่ม ประเด็นที่บ้านหนองหล่ม ซึ่งไม่มีร้านต้าหรือร้านขายสินค้าที่ระลึกหรือสินค้าชุมชน ดังนั้นควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อศักยภาพการจัดการท่องโฮมสเตย์ ดังนี้

ควรจัดให้มีร้านค้า หรือมุมเล็ก ๆ ของชุมชน เป็นจุดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก หากไม่มี ชุมชนควรจัดการให้มีร้านค้าของชุมชนเกิดขึ้น

8. ด้านการส่งเสริมการตลาด ประเด็นที่บ้านหนองหล่ม ควรนำมาพิจารณาปรับปรุงเพื่อศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ดังนี้

เนื่องจากปัจจุบัน การติดต่อสื่อสารผ่านระบบเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ทำค่อนข้างง่าย โดยคนในท้องถิ่นสามารถทำได้เอง ดังนั้น โฮมสเตย์จึงควรสร้างโฮมเพจของตนเอง ซึ่ง

เป็นทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ หากมีปัญหาในการดำเนินการ ควรขอความช่วยเหลือจากฝ่ายสนับสนุน คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือพัฒนาชุมชน

2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) บ้านหนองหล่ม ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษา คือ แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางด้านการตลาด แนวทางการพัฒนาศักยภาพ การประเมินความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการ และการประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) ซึ่งมีปัจจัยหลายด้านที่เป็นตัวแปรที่ทำให้มีการพัฒนาและส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยว ดังกล่าวจึงควรมีการศึกษาปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

1. ควรศึกษาการบริหารการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน
2. ควรศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ
3. ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการเพิ่มและลดของจำนวนนักท่องเที่ยว
4. ความอยู่รอดของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท หรือ โฮมสเตย์

เอกสารอ้างอิง

กองวางแผนโครงการ. (2540). **สรุปนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. [มปป.]. **นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ECOTOURISM) ปี พ.ศ.2538-2539**. กรุงเทพฯ: บริษัทอมรินทร์ พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิง จำกัด (มหาชน).

กิตติชัย เจริญชัย. (2548). **แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) ของบ้านซะซอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ขนิษฐา พอนอ่วม และคณะ. (2543). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช**. (รายงานการวิจัย). นครศรีธรรมราช: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข.

ดรุณี ซ่อนกลิ่น. (2546). **การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวแบบ Home Stay ในอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย**. การศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ที่ทำการปกครองจังหวัด กลุ่มปกครองและอำนวยความเป็นธรรม. (2547). **สถิติจำนวนประชากรและบ้านรายตำบล**. อุบลราชธานี: ศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี.

ทำเนียบโฮมสเตย์ประเทศไทย. (2548). ค้นเมื่อ 3 มกราคม 2548, จาก http://www.homestaythailand.org

นิฐริน ไล้พันธ์. (2544). **ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย จังหวัดอุบลราชธานี**. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิติพล ภูตะโชติ และคณะ. (2541). **การพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด คือ ขอนแก่น นครราชสีมา บุรีรัมย์ เลย และอุบลราชธานี.** (รายงานการวิจัย). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

นำชัย ทนุผล และคณะ. (2543). **การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนบ้านโป่ง ต.ป่าไผ่ อ.สันทราย จ.เชียงใหม่.** (รายงานการวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พณิจจา สิงห์ตรา. (2544). **ทำการศึกษา ศักยภาพของชุมชนบ้านห้วยฮี้ ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์.** การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เพ็ญศรี เจริญวานิช. (2540). **ศึกษาการเปรียบเทียบของโรงรมในไทย (หนองคาย) และในกำแพงนครเวียงจันทร์.** (รายงานการวิจัย). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มธุรส ปราบไพรี. (2545). **โฮมสเตย์กับการจัดการท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว,** 20(4), 27-29

มลคล วัตตะโร. (2548). **ทิศทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ทุกคนควรรู้.** ค้นเมื่อ 3 มกราคม 2548, จาก http://www.stou.ac.th/tourism/Achieve/August/Topic.htm

มานพ พงศ์ทัต. (2528). **เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง การวางแผนพังกายภาพสำหรับพนักงานวางแผนระดับท้องถิ่น: กระบวนการวางแผน ความหมาย กระบวนการ ระดับ และขั้นตอนการวางแผน.** จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: ภาควิชาภาควิชาการวางแผนผังและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยุทธนา ธรรมเจริญ และคณะ. (2546). **การจัดการการตลาด.** กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับการพัฒนาสังคม.** ค้นเมื่อ 3 มกราคม 2548, จาก http://www.stou.ac.th/tourism/Services/Jan/Jan3.asp

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2548). **กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay).** เอกสารประกอบการประชุม เรื่อง กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์, กรุงเทพฯ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวสายรุ้ง ดินโคกสูง
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 26 เดือนตุลาคม พ.ศ. 2521
สถานที่เกิด	บ้านเลขที่ 16/2 หมู่ 2 ตำบลเมืองแฝก อำเภอลำปลายมาศ จังหวัดบุรีรัมย์
สถานภาพสมรส	โสด
ประวัติการศึกษา	
	- บริหารธุรกิจบัณฑิต (คอมพิวเตอร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
	- บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ประวัติการทำงาน	- นักวิชาการศึกษา คณะเภสัชศาสตร์และวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2544-2546)
	- เจ้าหน้าที่บุคคล คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (พ.ค. 2546- มีนาคม 2549)
	- อาจารย์ ประจำสาขาวิชาการจัดการธุรกิจบริการ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (มิถุนายน 2549- ปัจจุบัน)

ชื่อ	นางสาวบงกช คูณผล
วันเดือนปีเกิด	วันที่ 27 เดือนธันวาคม พ.ศ. 2519
สถานที่เกิด	บ้านเลขที่ 38 ถนนพิชิตรังสรรค์ ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
สถานภาพสมรส	โสด
ประวัติการศึกษา	
	- บริหารธุรกิจบัณฑิต (การจัดการการโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
	- กำลังศึกษา รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต (การบริหารองค์การ) มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ประวัติการทำงาน	- เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ สำนักงานจังหวัดอุบลราชธานี ศาลากลางจังหวัดอุบลราชธานี (มิถุนายน 2542-กันยายน2543)
	- ผู้จัดการฝ่ายบริการลูกค้า วังน้ำเขียววิวรีสอร์ท จำกัด จังหวัดนครราชสีมา (ตุลาคม 2543- ตุลาคม 2544)
	- ผู้จัดการอาคารชุด คลองจั่นเพลส (บริษัท จัดการทรัพย์สินและชุมชน จำกัด) การเคหะแห่งชาติ (พฤศจิกายน 2544-ตุลาคม 2546)
	- เจ้าหน้าที่วิเทศสัมพันธ์ งานวิเทศสัมพันธ์ สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (พฤศจิกายน 2546–มกราคม 2548)
	- นักวิชาการศึกษา คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี (กุมภาพันธ์ 2548-ปัจจุบัน)