

คุณภาพการบริการและส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิผล
ของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทย
Service quality and marketing mix affecting effectiveness
of homestay in The Eastern Region of Thailand

จักรณนัฐ สิททิไกร¹ จินต์ วิภาตะกลัส² และกฤษณะ ดาราเรือง²
Juknanath Sittikrai¹ Jin Vibhatakalasa² and Kritsana Dararuang²

Received 12 ก.พ. 2562 & Retrieved 18 ก.ย. 2562

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ได้รับความนิยมเนื่องจากมีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีศักยภาพ แต่อย่างไรก็ตามการดำเนินงานของโฮมสเตย์ยังคงมีปัญหาที่ควรได้รับการพัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและเกิดประสิทธิผล การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาคุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทย 2. เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลระหว่างโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กับโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 3. วิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริหาร และการดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโฮมสเตย์ และ 4. นำเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลของโฮมสเตย์ ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการตอบแบบสอบถามของผู้ประกอบการ บุคลากร และนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในภาคตะวันออก จำนวน 826 คน จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบความมีนัยสำคัญระหว่างค่าเฉลี่ย หรือ Independent-sample t-test และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1. ภาพรวมคุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และ ประสิทธิผลของโฮมสเตย์ อยู่ในระดับสูง 2. คุณภาพการบริการของโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐาน กับโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐาน ในภาพรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนการดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลของโฮมสเตย์ มีความแตกต่าง

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาองค์กร มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

Doctor of Philosophy (Administration of Organization Development) Chaopraya University

² สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาองค์กร, มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

Philosophy Program in Administration of Organization Development, Chaopraya University

กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3. มีตัวแปรสำคัญ 7 ตัวแปร ของปัจจัยคุณภาพการบริการ และ 11 ตัวแปรสำคัญ ของปัจจัยการดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโฮมสเตย์ และ 4. แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลของโฮมสเตย์ ในภาคตะวันออกของประเทศไทย ประกอบด้วย การพัฒนาการสื่อสารทางการตลาด, การพัฒนาคุณภาพการบริการ, การพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรผู้ให้บริการ, การพัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ และ การสร้างความร่วมมือการบริหารจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

คำสำคัญ: โฮมสเตย์ การบริหารจัดการ และประสิทธิผล

ABSTRACT

Tourism is an industrial that is important to the economic development of the country, especially homestay in the Eastern region of Thailand that is popular because of the potential natural resource. However, homestay operations still have problems that should be developed in order to achieve the goals and effectiveness. The purposes of this study were: 1. to examine the services quality, the marketing mix based operations, and the efficiency of homestays in the eastern region of Thailand, 2. to comparison regarding the services quality, the marketing mix based operations, and the efficiency between the country's certified standard homestays and the homestays which are not certified, 3. to analyze the factors associated with the services quality, the marketing mix based operations, and the efficiency of homestays and 4. to propose the guidelines for an efficient development of management process among the homestays. The Samples were 826 employees and the tourists in the eastern region of Thailand, from multistage random sampling. The data were obtained from a questionnaire and analyzed by using statistics, Mean, S.D., Independent-sample t-test and Multiple Regression Correlation Coefficient.

The findings indicated that 1. the overview of the services quality, the marketing mix based operations, and the efficiency of homestays was in the high degree, 2. the overall services quality between the certified standard homestays and the homestays which are not certified was indifferent, while the marketing mix based operations, and the efficiency of homestays was significantly different at .01 level, 3. there were seven important factors associated with the services quality and eleven important factors associated with the marketing mix based operations which influ-

enced the efficiency of and 4. the guidelines for an efficient development of management process among the homestays in the eastern region if Thailand is including 1. the improvement of marketing communications, 2. the enhancement for quality of services, 3. the development for operators and service providers, 4. the improvement of homestay related standards, and 5) the establishment of collaborated management for cultural activities and intelligence of locality.

Keywords: Homestays, Management and Effectiveness

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศแถบเอเชียและอาเซียนที่พยายามพัฒนากลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งหวังการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศตนเองเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเห็นได้จากความพยายามในการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวให้เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ ทั้งนี้ องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) คาดว่าในระหว่างปี พ.ศ. 2553 – 2563 การท่องเที่ยวมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยจะขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.8 ต่อปี และคาดการณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2030 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะเพิ่มเป็น 1,800 ล้านคน ด้วยอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี และคาดการณ์ว่า ในปีค.ศ. 2015 เป็นต้นไป ตลาดเกิดใหม่หรือกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาจะเป็นกลุ่มประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าตลาดประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาค ที่มีอัตราการขยายตัวสูงที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558)

สำหรับประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 -พ.ศ. 2564) ซึ่งเป็นแผนแม่บทสำคัญในการปฏิรูปและการพัฒนาประเทศได้กำหนดเป้าหมายในการพัฒนาประเทศสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วโดยหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญและเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างขีดความสามารถทางเศรษฐกิจ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่มผลิตภาพการผลิตบนฐานของการใช้ภูมิปัญญา และนวัตกรรม โดยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพให้เติบโตและสนับสนุนภาคการผลิต เพื่อให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ และศักยภาพของพื้นที่ที่ครอบคลุมทุกมิติและครบวงจรทั้งการผลิตและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความโดดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวกอร

กับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงธรรมชาติและวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนได้อย่างแท้จริง โฮมสเตย์จึงเป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านที่พักและนำเที่ยวแบบสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นได้สัมผัสธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยมของชุมชนอย่างใกล้ชิด

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการบริหารจัดการโฮมสเตย์ให้มีขีดความสามารถในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวรวมถึงการคงไว้ซึ่งความเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียอย่างต่อเนื่อง และเพื่อก้าวสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมาตรฐานสากลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทย ระหว่างโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กับโฮมสเตย์ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการ และการดำเนินงานตามหลักส่วนประสม

ทางการตลาด ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คุณภาพการบริการมีความสำคัญและเป็นปัจจัยที่สามารถสร้างความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้ การบริการอาจจะเป็นรูปแบบการขายหรือกระบวนการให้บริการ การวัดคุณภาพการบริการจึงเป็นเรื่องสำคัญและท้าทายมาโดยตลอด (Seth, Deshmukh and Vrat, 2005) คุณภาพบริการเป็นความปรารถนาของผู้ให้บริการที่ต้องการมอบให้แก่ผู้รับบริการหรือผู้บริโภค ดังนั้น การบริการจึงเป็นการแสดงออกถึงความพร้อมในการช่วยเหลือ แก้ปัญหา การใช้ทรัพยากร และการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบริการ (Gronroos, 2000)

นอกจากนี้ แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดก็เป็นเครื่องมือทางการบริหารและจัดการที่สำคัญสำหรับการดำเนินงานของธุรกิจบริการ ดังนั้น หลักการตลาดจึงเป็นส่วนหนึ่งของวิถีคิดและมีความจำเป็นในการนำหลักการตลาดมาเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้สำเร็จตามเป้าหมาย (Kotler and Armstrong, 2014) ในขณะที่แนวคิดด้านประสิทธิผลองค์กรได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการวัดความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้ Robbins (1990) อธิบายว่า ประสิทธิผลขององค์กรเป็นเป้าหมายสูงสุดของผู้บริหารที่ต้องการจะบรรลุถึงโดยประสิทธิผลขององค์กร หมายถึง

ระดับที่องค์กรบรรลุเป้าประสงค์ระยะสั้นและระยะยาวทั้งในเชิงผลลัพธ์และกระบวนการซึ่งส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กร

Parasuraman., Zethaml., and Berry (1988) ได้พัฒนาตัวแบบ SERVQUAL เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการประเมินคุณภาพการให้บริการโดยการนิยามคุณภาพของการบริการและปัจจัยที่กำหนดคุณภาพของบริการที่เหมาะสมและการประเมินการรับรู้คุณภาพการบริการจากผู้รับบริการหรือลูกค้า ที่ได้รับบริการจากองค์กร ผู้ให้บริการ ซึ่งตัวแบบการวัดคุณภาพการให้บริการ SERVQUAL ประกอบด้วย 1) ลักษณะทางกายภาพ (Tangibility) 2) ความน่าเชื่อถือของบริการ (Reliability) 3) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Responsiveness) 4) ความไว้วางใจ (Assurance) และ 5) การเข้าถึงจิตใจ (Empathy)

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจในการที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จจึงขึ้นอยู่กับ การปรับปรุงความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้ แนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดของ คอทเลอร์ (Kotler, 2003) เป็นแนวคิดทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับและมีการศึกษาอย่างกว้างขวางซึ่งประกอบด้วย 1) บริการและผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) พนักงานหรือบุคลากร (People , Employee) 6) สภาพทางกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence)

และ 7) กระบวนการ (Process)

แนวคิดประสิทธิผลถูกนำมาเป็นตัวชี้วัดและเป็นเครื่องตัดสินใจว่าการบริหารและองค์กรประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใด ทั้งนี้ การประเมินประสิทธิผลมีความตื่นตัวในทศวรรษที่ 1990 เมื่อ Kaplan and Norton นำเสนอแนวคิดการประเมินแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) โดยตีพิมพ์ครั้งแรกในวารสาร Harvard Business Review ในปี 1992 ซึ่งแนวคิดทฤษฎี Balanced Scorecard ของ Kaplan and Norton (1996) ประกอบด้วย 1) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process) 3) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) และ 4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth)

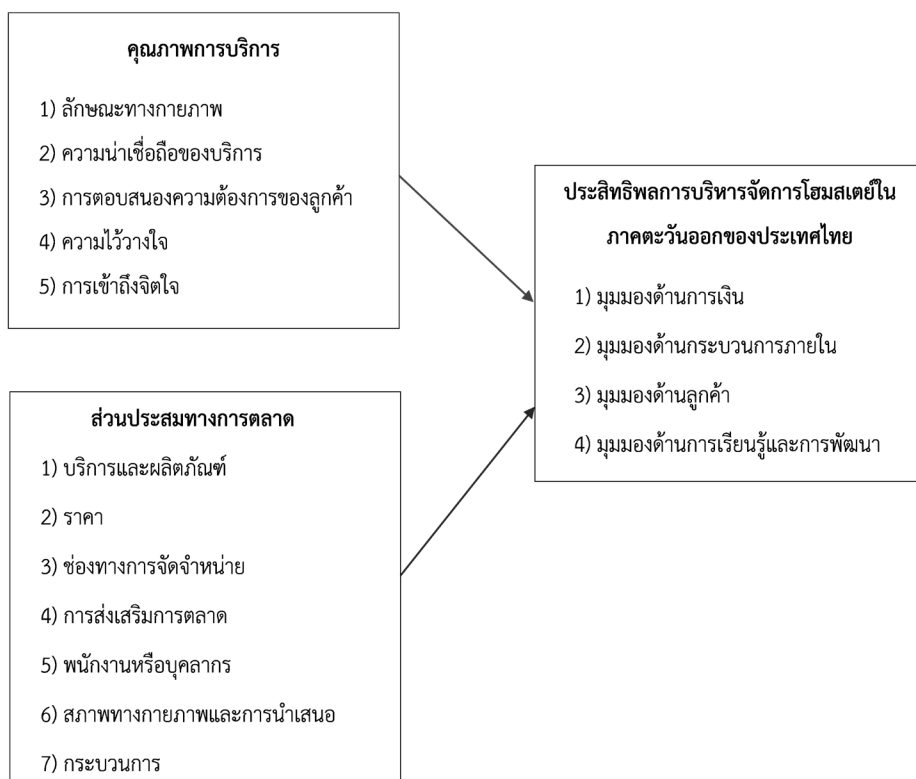
ผลการวิจัยของ Tessera, Hussain and Ahmad (2016) ได้ดำเนินการศึกษาคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้าในอุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศเอโอเปีย ตามแบบจำลอง SERVQUAL โดยผลการศึกษาพบว่าตัวแปรลักษณะทางกายภาพ การตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการเอาใจใส่ เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ Ismail, Hanafiah, Aminudin, and Mustafa (2016) ได้ศึกษาวิจัยคุณภาพบริการของชุมชนโฮมสเตย์: ความพึงพอใจของผู้มาเยือนและความตั้งใจด้านพฤติกรรม โดยผลของการศึกษาได้ยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณภาพการให้บริการ โฮมสเตย์ในชุมชนกับความตั้งใจด้านพฤติกรรม การให้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้

นี้ ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์ (2560) ศึกษาความพึงพอใจลูกค้าและการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพในธุรกิจโรงแรม พบว่า ผู้บริหารทุกระดับในโรงแรมมีบทบาทสำคัญในการทำให้พนักงานผู้ให้บริการตระหนักรู้ถึงคุณค่าในการมอบบริการที่ดีที่สุดให้กับผู้รับบริการผ่านการถ่ายทอด กลยุทธ์การตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพ และ ศุทธิกานต์ คงคล้าย และ ัญญเทพ ยะติวัฒน์ (2559) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่พักแรมมากที่สุด คือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รองลง

มาคือ ด้านประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการ ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้จึงได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ ด้านคุณภาพการบริการ ด้านส่วนประสมทางการตลาด และด้านประสิทธิผล ปรากฏดังภาพที่ 1

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการและบุคลากรโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จาก 5 จังหวัด คือ จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดสระแก้ว จังหวัดระยอง จังหวัดจันทบุรี และจังหวัดตราด ที่ผ่านการ



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำนวน 420 คน และที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำนวน 621 คน และนักท่องเที่ยวที่มาเยือนโฮมสเตย์ จำนวน 396 คน รวมจำนวน 1,437 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1. ผู้ประกอบการและบุคลากรของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำนวน 203 คน 2. ผู้ประกอบการและบุคลากรของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำนวน 423 คน และ 3. นักท่องเที่ยวที่มาเยือนโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 396 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 1,022 คนโดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ เครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ใช้วิธีการเลือกสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับคะแนน ที่ผ่านการทดสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการตรวจสอบความตรง (Validity) ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 และตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ จำนวน 40 คน คำนวณหาค่าความเที่ยง หรือความเชื่อมั่นของเครื่องมือได้ค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบอัลฟา เป็น 0.979

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบความมีนัยสำคัญ

ระหว่างค่าเฉลี่ย หรือ Independent-sample t-test ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณแบบสแต็ปไวส์ (Stepwise-Multiple Regression Correlation Coefficient)

สมมติฐานการวิจัย

1. คุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้

2. โฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กับโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยมีคุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ปัจจัยคุณภาพการบริการ และการดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด ที่ใช้ในการศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัย

1. คุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อยู่ในระดับสูงเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38, 4.18 และ 4.15 ตามลำดับ รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 1

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานคุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วน
ประสมทางการตลาด และประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	แปลความหมาย
คุณภาพการให้บริการ	4.38	.616	สูง
ลักษณะทางกายภาพ	4.39	.643	สูง
ความน่าเชื่อถือของบริการ	4.37	.670	สูง
การตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.36	.669	สูง
- ความไว้วางใจ	4.35	.696	สูง
- การเข้าถึงจิตใจ	4.45	.668	สูง
ส่วนประสมทางการตลาด	4.18	.549	สูง
บริการและผลิตภัณฑ์	4.16	.673	สูง
ราคา	4.13	.650	สูง
ช่องทางการจัดจำหน่าย	4.19	.677	สูง
การส่งเสริมการตลาด	3.96	.784	สูง
พนักงานหรือบุคลากร	4.37	.664	สูง
สภาพทางกายภาพและการนำเสนอ	4.18	.679	สูง
กระบวนการ	4.29	.696	สูง
ประสิทธิผล	4.15	.584	สูง
มุมมองด้านการเงิน	4.21	.637	สูง
มุมมองด้านกระบวนการภายใน	4.07	.673	สูง
มุมมองด้านลูกค้า	4.25	.668	สูง
มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	4.07	.705	สูง

2. ผลการเปรียบเทียบคุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมการตลาด และประสิทธิผล ระหว่างโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐาน กับ โฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐาน พบว่า ด้านคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านส่วนประสมการ

ตลาด และด้านประสิทธิผล มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 2

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณภาพการบริการ และการดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโฮม

ตาราง 2 เปรียบเทียบคุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมการตลาด และ ประสิทธิภาพ ระหว่างโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กับโฮมสเตย์ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ตัวแปร	โฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐาน		โฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐาน		t
	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	
คุณภาพการบริการ	4.40	.607	4.35	.630	1.137
ส่วนประสมการตลาด	4.29	.563	4.01	.476	7.385**
ประสิทธิภาพ	4.24	.573	3.99	.571	6.123**

ตาราง 3 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณแบบสตีปไวซ์ ปัจจัยคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ปัจจัย	Reg. Coeff		t-Value	Sig.
	B	Beta		
1. ผู้ให้บริการสามารถอธิบายเพื่อสร้างความเข้าใจในบริการต่าง ๆ	.180	.245	7.316**	.000
2. การแสดงออกถึงความเอาใจใส่ลูกค้าของผู้ให้บริการ	.196	.240	5.763**	.000
3. การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์เครื่องใช้ที่เหมาะสม	.132	.160	4.707**	.000
4. ความสามารถของผู้ให้บริการในการรับรู้ปัญหาของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง	.097	.119	3.308**	.001
5. ผู้ให้บริการมีพฤติกรรมที่สร้างความมั่นใจแก่ลูกค้า	.079	.105	2.937**	.003
6. การแสดงออกถึงการคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ	.098	.125	3.042**	.002
7. การให้บริการด้วยความเป็นกันเองของผู้ให้บริการ	-.064	-.084	-2.152*	.032

Constant= .990, R= .771, R²= .595, R²adj= .591, S.E.est= .374, F=177.637**

*p < .05, **p < .01

สเตรียในภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย พบว่า

3.1 มีตัวแปรสำคัญด้านคุณภาพการบริการจำนวน 7 ตัวแปร (จากทั้งหมด 18 ตัวแปร) ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย โดยทั้ง 7 ตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวน หรือทำนายประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ได้ร้อยละ 59.50 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 3

3.2 มีตัวแปรสำคัญด้านการดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาดจำนวน 11 ตัวแปร (จากทั้งหมด 32 ตัวแปร) ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย โดยทั้ง 12 ประเด็นดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวน หรือทำนายประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ได้ร้อยละ 75.60 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 รายละเอียดปรากฏตามตารางที่ 4

4. ผลการนำเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย โดยนำตัวแปรจากผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยของที่ 3 มาประยุกต์จัดทำแนวทางตามแนวคิด Balanced Scorecard และนำร่างแนวทางฯ ที่ได้พัฒนาขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 12 คน อภิปรายวิพากษ์ และ ให้ข้อเสนอแนะโดยการจัดสนทนากลุ่ม พบว่า มี 5 แนวทางสำคัญในการพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ดังนี้

1) พัฒนาการสื่อสารทางการตลาดการทอ่งเทียวโฮมสเตย์ (Marketing Communica-

tion) โดยการพัฒนาการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในช่องทางที่หลากหลาย และนำเสนอ เช่น Facebook, Line การปรับปรุงข้อมูลโฮมสเตย์และกิจกรรมให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้ ความเข้าใจข้อปฏิบัติการเข้าพักโฮมสเตย์แก่นักท่องเที่ยว การพัฒนาทักษะผู้ประกอบการให้มีความสามารถในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศที่น่าสนใจ เชื่อมโยงกับศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การจัดทำ Story ชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่น การให้ความรู้เทคนิคการถ่ายภาพ เทคนิคการกำหนดกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการขาย

2) ยกระดับคุณภาพการบริการโฮมสเตย์ (Service Quality) โดยพัฒนาเจ้าบ้านเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการประเมินความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวตามศักยภาพ และเทคนิคการให้บริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ การสร้างความสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว การสร้างความประทับใจในวิถีชุมชนแก่นักท่องเที่ยว การอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานงานบริการเพื่อพัฒนาเจ้าบ้าน และบุคลากรผู้ให้บริการให้มีความรู้ความสามารถและทักษะงานบริการ

3) พัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรผู้ให้บริการ (Entrepreneur and Human Development) โดยพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรให้มีความสามารถในการบริหารจัดการ การพัฒนาระบบขั้นตอนการให้บริการที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ ทศนคและกระบวนการแก้ปัญหางานบริการ การวิเคราะห์กระบวนการให้บริการของผู้ประกอบการเพื่อนำผลที่ได้ไปสู่การปรับปรุงการดำเนินงาน การ

ตาราง 4 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณแบบสแต็ปไวส์ ปัจจัยการดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

ปัจจัย	Reg. Coeff		t-Value	Sig.
	B	Beta		
1. ขั้นตอนในการให้บริการสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้า	.095	.124	3.517**	.000
2. ราคาของสถานที่พักและบริการมีความเหมาะสมกับคุณภาพ	.116	.151	5.719**	.000
3. ลูกค้าสามารถเข้าถึงการใช้บริการได้โดยง่าย	.144	.183	6.016**	.000
4. สถานที่พักมีความปลอดภัยในการใช้บริการ	.073	.093	3.771**	.000
5. มีกิจกรรมร่วมกับภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคีเครือข่าย ในการประชาสัมพันธ์	.053	.086	2.948**	.003
6. ผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สูงกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง	.092	.115	4.458**	.000
7. สถานที่พักมีความสะอาด สวยงาม	.076	.105	4.203**	.000
8. มีการจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย	.063	.095	3.473**	.001
9. การให้บริการต่างๆ มีความสะดวกรวดเร็ว	.078	.107	3.925**	.000
10. มีกิจกรรมหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้ของลูกค้า	.035	.055	2.470*	.014
11. มีช่องทางในการเข้าถึงบริการที่หลากหลาย เช่น Website, Face book	.033	.053	2.192*	.029

Constant = .384, R = .870, R² = .756, R²adj = .753, S.E.est = .291, F = 210.391**

*p < .05, **p < .01

พัฒนาทักษะภาษาเพื่อการสื่อสาร การวิเคราะห์ต้นทุนเพื่อกำหนดราคาค่าบริการที่เหมาะสม การพัฒนาความร่วมมือของเครือข่ายในชุมชน เพื่อการบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4) พัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ (Homestay Standard Development) โดยพัฒนาเพื่อการเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ และสอดคล้องกับโฮมสเตย์อาเซียน การสร้างแรงจูงใจแก่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการ

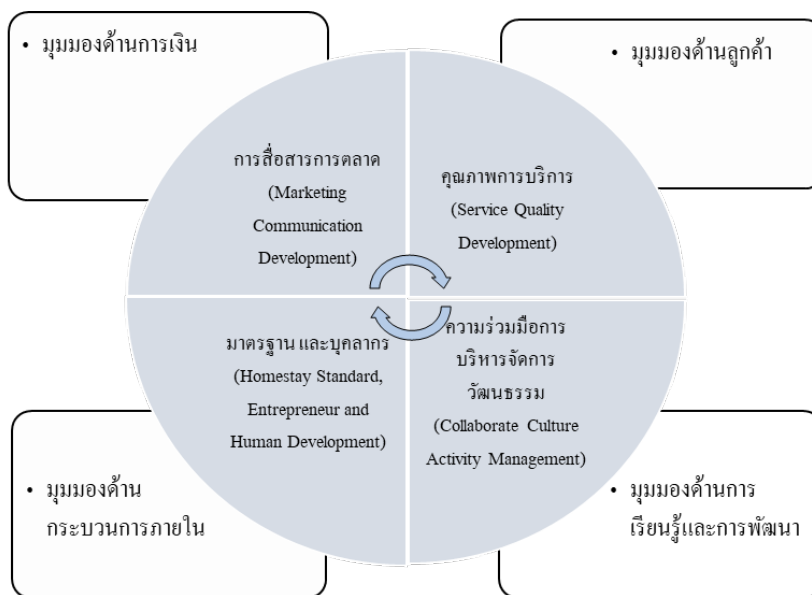
รับรองมาตรฐาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ และการดำเนินงานโฮมสเตย์แก่ผู้ประกอบการ ทั้งที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน และยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย การทบทวนเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลง

5) สร้างความร่วมมือในการบริหารจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Collaborate Culture Activity Management) โดยพัฒนาเครือข่ายและความร่วมมือระดับชุมชน และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อการบูรณาการความร่วมมือในการบริหารจัดการ การกำหนดกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรม สนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน การจัดทำปฏิทินประเพณีวิถีชุมชนเพื่อสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว การเตรียมการในการบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เช่น การบริหารจัดการขยะ การดูแลทรัพยากรทางธรรมชาติ

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาคุณภาพการบริการ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทยในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับสูง โดยเมื่อพิจารณาในแต่ละปัจจัย พบว่า คุณภาพการบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาด และประสิทธิผลการบริหารจัดการ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงขีดความสามารถของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่สอดคล้องกับทิศทาง

ของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่กำหนดให้ภาคตะวันออกเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ดังนั้น คุณภาพการให้บริการจึงเป็นประเด็นสำคัญในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับ Parasuraman, Zeithaml และ Berry (1990) ที่อธิบายว่าการบริการมีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ 1) การบริการเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้และมีความเป็นนามธรรมซึ่งผู้บริโภคจะสัมผัสหรือรับรู้ได้จากการปฏิบัติของผู้ให้บริการ 2) ความไม่สามารถจับต้องได้เนื่องจากการบริการเป็นกระบวนการซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าที่มีขั้นตอนที่สามารถแยกได้ชัดเจน 3) การบริการมีความหลากหลายและแตกต่างตามพฤติกรรมของผู้ให้บริการ และ 4) การรับบริการผู้บริโภคไม่สามารถเก็บรักษาไว้เหมือนสินค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริสรา เสยานนท์ (2553) ที่ศึกษาวิจัยการสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษาโฮมสเตย์บริเวณตลาดอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยพบว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโฮมสเตย์ที่สำคัญประกอบด้วย 1) ความต้องการในเรื่องของการต้อนรับที่เต็มที่ และมีความเป็นมิตร 2) ความมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของผู้ให้บริการต่อผู้รับบริการ 3) ความปลอดภัยในชีวิตและความปลอดภัยในทรัพย์สิน 4) ความเป็นกันเองความเอื้อเฟื้อ และ 5) ทศนียภาพรอบข้างโฮมสเตย์ อีกทั้ง ยังสอดคล้องกับ Noor Na'im Shah M. Effandy (2011) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยใช้มิติคุณภาพการบริการสำหรับกิจการโฮมสเตย์ในลาบวน ซึ่งพบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพจะนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า โดย



ภาพ 2 Model การพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทย (พัฒนาโดยผู้วิจัย)

ตัวแปรคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนอง การรับรอง และการเอาใจใส่ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า

การดำเนินงานตามหลักส่วนประสมทางการตลาดของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทย อยู่ในระดับสูงโดยเฉพาะด้านพนักงาน รองลงมาคือ ด้านกระบวนการ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงสามารถดำเนินงานบนหลักการทางการตลาดได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะด้านบุคลากรผู้ให้บริการที่สามารถให้บริการที่สูงกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง ตลอดจนมีความสามารถในการสร้างความประทับใจ มีจิตใจ และอัธยาศัยดีในการบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ Kotler and Armstrong (2014) ได้อธิบายว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นปัจจัยสำคัญในการตอบสนองความพึงพอใจของผู้รับบริการหรือลูกค้าได้ ดังนั้น หากผู้ประกอบการ

โฮมสเตย์ในภาคตะวันออกสามารถรักษา และยกระดับการดำเนินงานได้ดีขึ้นก็จะสามารถสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกได้เป็นอย่างดี เนื่องจากภาคตะวันออกเป็นแหล่งท่องเที่ยวทั้งการท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา และศิลปวัฒนธรรม ซึ่งผลของการศึกษาวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ Tessera, Hussain and Ahmad (2016) ที่พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดีในระยะยาวและเป็นประเด็นที่สำคัญในการรักษาลูกค้า โดยเฉพาะการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

2. จากผลของการศึกษาวิจัย พบว่า โฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐาน กับ โฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐาน มีคุณภาพการ

บริการไม่แตกต่างกัน ส่วนการดำเนินงานตามหลักส่วนประสมการตลาด กับ ประสิทธิภาพ มีความแตกต่างกันโดยโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยการดำเนินงานที่สูงกว่าโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐาน ซึ่งจากผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนของการดำเนินงานระหว่างโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กับโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิรพร แสงพิรุณ (2558) โดยผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจต่อการจัดบริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านจัดเตรียมที่พัก ด้านการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการจัดการความปลอดภัย ด้านการจัดระบบการจองที่พัก และด้านการต้อนรับ และการลงทะเบียนเข้าพัก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจากผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ยังพบว่าประสิทธิผลของโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าในทุกด้าน ดังนั้น การพัฒนาผู้ประกอบการโฮมสเตย์เพื่อการเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจึงเป็นประเด็นสำคัญในการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ และชุมชนได้รับประโยชน์ในการเสริมสร้างศักยภาพ และการมีรายได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานมีค่าเฉลี่ยการดำเนินงานที่สูงกว่าโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานอาจเกิดจากเมื่อมีนโยบายหรือแผนการขับเคลื่อนการพัฒนาจากภาครัฐและหน่วยงานในพื้นที่เกิดขึ้น กลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานก็จะเป็กลุ่มเป้าหมายหลักในการพัฒนาด้านต่าง ๆ

ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ การพัฒนาบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการเป็นเครือข่ายการพัฒนาต่าง ๆ

3. ผลการจัดทำแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกของประเทศไทย พบว่า แนวทางสำคัญในการพัฒนาการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผล คือ 1) การพัฒนาการสื่อสารทางการตลาดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ 2) การยกระดับคุณภาพการให้บริการโฮมสเตย์ 3) การพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรผู้ให้บริการ 4) การพัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ และ 5) การสร้างความร่วมมือในการบริหารจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งนี้ ในการดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวสามารถนำไปสู่การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของโฮมสเตย์เนื่องจากการพัฒนาแนวทางในการดำเนินงานได้ผ่านการพิจารณาความเหมาะสมจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการและการดำเนินงานของโฮมสเตย์ ซึ่งผลของการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ กุลรัตน์ นามโพธิ์ชัย และ อธิระ ฤทธิรอด (2557) ที่ได้ศึกษาแนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ เฮ้าส์ โฮม สเตย์ อำเภopakช่อง จังหวัดนครราชสีมา โดยพบว่า แนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ในสื่อ Facebook, twitter, YouTube และ Pantip การขยายสัญญาณ WiFi ให้ครอบคลุมพื้นที่ การแก้ปัญหาช่วง Low Season โดยประชาสัมพันธ์สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นต้น นอกจากนี้ ผลการศึกษายังของ สิทธิพร โพธาริ

นทร์ และ นลินี ทองประเสริฐ (2560) ที่พบว่า กลยุทธ์การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการสามารถร่วมกันทำนายการตัดสินใจท่องเที่ยวและเข้าพักโฮมสเตย์ได้ร้อยละ 50 อีกทั้งงานวิจัยของ Taru, Liu, and Jing (2018) ที่ให้ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัยโฮมสเตย์ในชนบท Shan-li Lohas เขต Miyun ปักกิ่งของประเทศจีน ควรมีการเพิ่มวัฒนธรรมดนตรี การประดิษฐ์ตัวอักษร และภาพวาด สุขภาพการออกกำลังกายสุขภาพ และองค์ประกอบอื่น ๆ นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาแพ็คเกจ และทำการตลาดหรือแบรนด์ผ่าน “อินเทอร์เน็ต” มีการฝึกอบรมการเสริมสร้างความรู้แก่ผู้ประกอบการ การกำหนดความสามารถในการแข่งขันของโฮมสเตย์ การฝึกอบรมการบริการ การฝึกอบรมการจัดการความสามารถทางธุรกิจ และสำหรับผู้ปฏิบัติงานควรมีสวมใส่เสื้อผ้าที่สะท้อนวัฒนธรรม และพัฒนาการบริการที่อบอุ่นและจริงใจ

สรุป และข้อเสนอแนะ

1. จากผลของการวิจัยพบว่าโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยมีผลการดำเนินงานที่สูงกว่าโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐาน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทบทวนยุทธศาสตร์เพื่อการผลักดันให้โฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานได้มีความเข้าใจหลักการดำเนินงานตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และได้รับการพัฒนาการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยการกำหนดมาตรการจูงใจหรือสิทธิประโยชน์ในการพัฒนาและรับการ

ประเมินมาตรฐาน ตลอดจนพัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคในการทำหน้าที่พัฒนาศักยภาพและประเมินมาตรฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. จากผลของการวิจัยพบว่าสภาพการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และเทคโนโลยีการสื่อสารส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทบทวนเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลง เช่น การให้บริการ Internet WiFi หรือ เครื่องอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องปรับอากาศ เครื่องทำน้ำอุ่น เป็นต้น

3. จากผลของการวิจัยพบว่าประเด็นด้านความไว้วางใจในการท่องเที่ยวยังอยู่ในระดับต่ำกว่าด้านอื่น ๆ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทบทวนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาผู้ประกอบการโฮมสเตย์ การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้อง ตลอดจน ความเชื่อมั่นในการดูแลความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ

การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่ยังไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยควรเข้ารับการพัฒนาเนื่องจากผลของการศึกษาได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของประสิทธิผล นอกจากนี้ ยังเป็นโอกาสสำคัญที่ผู้ประกอบการได้มีส่วนร่วมในการเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการพัฒนาด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานภาครัฐที่มีแผนการพัฒนาผู้ประกอบการโฮมสเตย์

2. ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการให้บริการ ข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ชัดเจน เนื่องจากการท่องเที่ยวจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวในลักษณะอื่น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด หรือความคาดหวังในสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

3. จากผลของการวิจัยพบว่าการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีข้อจำกัดในการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากโฮมสเตย์ส่วนใหญ่มีการรวมกลุ่มในบางพื้นที่ เช่น จังหวัดจันทบุรี ดังนั้น หน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องควรเร่งทบทวนและเตรียมแผนตลอดจนแนวทางดำเนินงานร่วมกับผู้ประกอบการเพื่อการป้องกันปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยกลุ่มโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการศึกษาเปรียบเทียบในแต่ละภูมิภาคเพื่อให้เห็นถึงบริบทการบริหารจัดการในแต่ละภูมิภาคที่มีความแตกต่างกัน

2. ควรมีการศึกษาวิจัยในประเด็นความร่วมมือในการบริหารจัดการของชุมชนในด้านที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม รวมถึงความร่วมมือด้านกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน

3. ควรมีการศึกษาวิจัยการพัฒนาเกณฑ์ตัวชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา. 2558. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ.

กุลรัตน์ นามโพธิ์ชัย และ ชีระ ฤทธิรอด. 2557. แนวทางการเพิ่มจำนวนผู้เข้าพัก เอ แฮาส์ โฮม สเตย์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิจัย มข. (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์, 2(3), 52-60.

ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์. 2560. ความพึงพอใจลูกค้าและการตลาดเชิงสัมพันธ์ภาพในธุรกิจโรงแรม. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11, 305-320.

ฉิรพร แสงพิรุณ. 2558. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดบริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ ในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์, 10(2), 67-80.

ศุทธิกานต์ คงคล้าย และธัญเทพ ยะติวัฒน์. 2559. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต. วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์, 11(2), 19-32.

- สิริพร โพธารินทร์ และ นลินี ทองประเสริฐ. 2560. กลยุทธ์การตลาดบริการของธุรกิจโฮมสเตย์ บ้านปลาข้าว หมู่ที่ 10 ตำบลปลาข้าว อำเภอเมือง จังหวัดอำนาจเจริญ. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิษณุพรรณ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 12 (1), 139-150.
- อริสรา เสยานนท์. 2553. การสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษาโฮมสเตย์บริเวณตลาดอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 30 (4), 77-95.
- Gronroos, C. 2000. Service management and marketing: A customer relationship. (2nd ed.). Management approach. Wiley Chichester.
- Ismail, M. N. I., Hanafiah, H. M., Aminudin, N. and Mustafa, N. (2016). Community-based Homestay Service Quality, Visitor Satisfaction, and Behavioral Intention. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, 398 – 405.
- Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (1996). *Balanced scorecard: Translating strategy into action*. Boston: MS: Harvard Business School Press.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Kotler, P., and Armstrong, G. (2014). *Principle of marketing*. (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Krejcie R.V. and Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Journal of Education and Psychological Measurement*, (3), 607-610.
- Noor Na'im Shah M. Effandy, (2011) A study of tourist satisfaction using service quality dimensions for homestay ventures in labuan. Masters thesis, University Malaysia Sabah.
- Parasuraman, A., Zethaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: a Multiple-item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-36.
- Robbins, S. P. (1990). *Organization theory: structure, design and applications*. (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Seth, N., Deshmukh, S. G. & Vrat, P. (2005). Service quality models: A review. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9), 913-949.
- Taru, L., Liu, X., and Jing, M. (2018). Study on the quality of service in rural homestay-taking shanli lohas as an example. *Journal of Tourism & Hospitality*, 7(4), 370-390.

Tessera, F.A., Hussain, I. A. and Ahmad, N. (2016). Service quality and hotel's customer satisfaction: an empirical evidence from ethiopia. *Electronic Journal of Business and Management*, 1(1), 24-32.

Translated Thai References

Arisara Seyanont. (2010). A value creation in sustainable tourism of homestay business: case study of homestay at ampawa floating market area in samutsonkhram province. *University of the Chamber of Commerce Journal Humanities and Social Sciences*, 30(4), 77-95. (in Thai).

Chatchasorn Kanjanasilanon. (2017). Customer satisfaction and relationship marketing in hotel business. *Dusit Thani College Journal*, 11, 305-320. (in Thai).

Kunlarat Nampochai and Theera Rittiroad. (2014). Guideline to increase number homestay guest at "A house home stay" pak chong district, nakhonratchasima province. *KKU Research Journal of Humanities and Social Sciences (Graduate Studies)*, 2(3), 52-60. (in Thai).

Ministry of Tourism and Sports. (2015). *Tourism Statistics*. Bangkok.

Siriporn Potarin and Narinee Tongpasert. (2017). The marketing strategies of homestay business : A case study of ban pla khao of pla khao sub-district in amnatcharoen's mueang district. *Journal of Graduate School, Pitchayatat*, 12 (1), 139-150. (in Thai).

Sutthikarn Khong-khai and Tanyatep Yatiwat. (2016). Marketing mix factors for making decision on accommodation of Thai tourists in phuket. *Social Sciences Research and Academic Journal*, 11(2), 19-32. (in Thai).

Thiraporn Sangpiroon. (2015). The satisfaction level of Thai tourists concerning the offering of homestay accommodations in sena district, phranakhon si ayutthaya province. *Social Sciences Research and Academic Journal*, 10(2), 67-80. (in Thai).