

กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19
กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่



ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2566

กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19
กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
สำนักบริหารและพัฒนาวិชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19
กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

ณัฐชา ธนาภรณ์

การค้นคว้าอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญพัทธ์วี กลุ่มธงเจริญ)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศ เตชเถกิง)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ)
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ญาณิน โอภาสพัฒนกิจ)
รองอธิการบดี
วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อเรื่อง	กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวณัฐชา ธนาภรณ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์ กล่อมธงเจริญ

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมและศึกษากลยุทธ์ของธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา ซึ่งกำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมายที่ประกอบไปด้วยการสัมภาษณ์แบบกลุ่มเฉพาะ ผู้ให้ข้อมูลแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้รู้ เช่น ผู้นำชุมชน ราชการ พนักงานสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล และกลุ่มผู้ปฏิบัติ เช่น กลุ่มผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์แม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลและนำประเด็นอภิปรายสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องตลอดจนวิเคราะห์ SWOT และ TOWS ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการระบาดของโควิด19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวและรายได้ลดลง โฮมสเตย์บางแห่งต้องปิดชั่วคราว เนื่องจากความต้องการมีน้อย เพื่อรับมือกับสถานการณ์โควิด 19 กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว พัฒนาระบบการบริหารจัดการ การสื่อสารที่ชัดเจนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน การยกระดับทักษะพนักงาน ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน ปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ กลยุทธ์ดังกล่าวจะเน้นย้ำถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบและการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

คำสำคัญ : โฮมสเตย์, โควิด19, วิถีชีวิตใหม่

Title	STRATEGIC MANAGEMENT OF HOMESTAY BUSINESS UNDER COVID-19 CIRCUMSTANCE : A CASE STUDY OF MAE KAMPONG, CHIANGMAI
Author	Miss Natcha Thanaporn
Degree	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Kunpatsawee Klomthongjaroen

ABSTRACT

This qualitative study aimed to explore environmental conditions and strategies of homestay business management under COVID19 situations. Informants in this study consisted of 2 groups: knowledgeable group (community leader, government official, local administrative employee) and practitioners group (homestay entrepreneurs) in Mae Kam Pong village, Chiang Mai province, obtained by purposive sampling. Data were gained through focus group discussion and analyzed by using content analysis as well as SWOT/TOWS analyses. Findings showed that COVID19 pandemic had much impacts on homestay business there. This resulted in big decreased incomes and temporary closure of homestay business mainly due to a little need for it. To cope with the COVID19 pandemic, new products and services of the homestay should developed. Besides, the following should improved: management system, clear and effective communication, cost reduction, employee skill level, relations between employees, strict rules/regulations related to health and security, and digital technology.

Keywords : homestay, Covid19, new normal

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษา หมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่” เล่มนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลือจากอาจารย์ทั้งสามท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เดชเถกิง และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ ซึ่งได้ทุ่มเททั้งกำลังกาย และกำลังใจ สละเวลาอันมีค่า ให้ความอนุเคราะห์เป็นที่ปรึกษางานวิจัยและกรุณาให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของท่าน จนส่งผลให้งานวิจัยนี้สำเร็จเป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ คณะบริหารธุรกิจทุกท่าน ที่ได้ความกรุณาให้ข้อเสนอแนะ แก้ไข และแนวคิดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่คณะบริหารธุรกิจ รวมถึงพี่ ๆ น้อง ๆ และเพื่อน ๆ ทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจ เสมอมา

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความกรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการทำงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ และสุดท้ายขอกราบขอบพระคุณผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จคนสำคัญ คือคุณพ่อ และคุณแม่ ที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนและคอยให้กำลังใจในการทำวิจัยและการศึกษาของผู้วิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านทั้งที่ได้กล่าวมาข้างต้นและมิได้กล่าวถึง ณ ที่นี้ซึ่งมีส่วนช่วยเหลือให้วิจัยนี้สำเร็จลุล่วงอย่างยิ่ง

ณัฐชา ธนาภรณ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา.....	5
นิยามศัพท์.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์.....	23
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่.....	28
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด19.....	31
แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis).....	41
การวิเคราะห์กลยุทธ์ (TOWS Matrix).....	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47

กรอบแนวคิดในการวิจัย	52
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการศึกษา.....	53
สถานที่ดำเนินการวิจัย.....	53
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	53
เครื่องมือในการทำวิจัย	54
วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
การทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการทำวิจัย	54
การเก็บรวบรวมข้อมูล	55
การวิเคราะห์ข้อมูล	55
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	56
ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์	56
สภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปองจังหวัด เชียงใหม่	57
กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่	94
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	118
สรุปผลการศึกษา	118
อภิปรายผล	123
ข้อเสนอแนะ	126
บรรณานุกรม	128
ภาคผนวก	134
ประวัติผู้วิจัย	138

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 จุดแข็ง และจุดอ่อนการเงินของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่.....	60
ตารางที่ 2 จุดแข็ง และจุดอ่อนการตลาดของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่.....	63
ตารางที่ 3 จุดแข็ง และจุดอ่อนการจัดการของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่	67
ตารางที่ 4 จุดแข็ง และจุดอ่อนการบริหารงานบุคคลของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่.....	70
ตารางที่ 5 จุดแข็ง และจุดอ่อนกฎหมายและนโยบายของภาครัฐมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่.....	73
ตารางที่ 6 โอกาส และอุปสรรคเศรษฐกิจมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่	77
ตารางที่ 7 โอกาส และอุปสรรคสังคมและวัฒนธรรมมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่.....	80
ตารางที่ 8 โอกาส และอุปสรรคเทคโนโลยีที่มีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่	84
ตารางที่ 9 โอกาส และอุปสรรคนักท่องเที่ยวมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่	88
ตารางที่ 10 โอกาส และอุปสรรคคู่แข่งมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่	91
ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ SWOT.....	92
ตารางที่ 12 สรุปการวิเคราะห์ TOWS Matrix.....	114

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	52
ภาพที่ 2 สรุป.....	126



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในทุกปี ก่อให้เกิดผลดีทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมเมื่อเทียบกลุ่มอุตสาหกรรมใหญ่ ๆ หลาย อุตสาหกรรม นำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ โดยองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: UNWTO) คาดการณ์ถึงจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกโดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ร้อยละ 3.3 ตลอดช่วงปี พ.ศ. 2553 - 2573 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1.4 พันล้านคนภายในปี พ.ศ. 2563 และจะเพิ่มขึ้นถึง 1.8 พันล้าน คนภายในปี พ.ศ. 2573 (World Tourism Organization (UNWTO), 2019)

การจัดการคุณภาพของการท่องเที่ยวไทยนับได้ว่ามีศักยภาพและความสามารถสูงในระดับแนวหน้าของเอเชียและเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลก เมื่อประเทศไทยประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว และมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบภายในและภายนอกประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผลกระทบจากสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลง ที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลายประเด็น ทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยวางยุทธศาสตร์การท่าตลาดปี พ.ศ. 2562 ที่เป็นการดำเนินงานเชิงรุกภายใต้แนวคิด Go Strategy เพื่อเจาะตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่

COVID-19 ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมโรงแรมเนื่องจากมาตรการในการบริหารจัดการเกี่ยวกับ COVID-19 ของแต่ละประเทศเน้นการ Lockdown ปิดพื้นที่เพื่อลดการแพร่ระบาดของเชื้อซึ่งมาตรการนี้ยังรวมถึงการไม่ให้มีการเดินทางข้ามเขต ข้ามรัฐ รวมทั้งข้ามประเทศ และแน่นอนว่าเมื่อไม่มีการเดินทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวย่อมได้รับผลกระทบเป็นอุตสาหกรรมแรก ๆ วิกฤตครั้งนี้เป็นผลกระทบที่ค่อนข้างรุนแรงสำหรับประเทศไทยมีการประมาณการว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยปี 2563 จะมีรายได้ 1.12 ล้านล้านบาทลดลงถึง 1.89 ล้านล้านบาทเมื่อเทียบกับปีที่แล้วซึ่งมีรายได้รวม 3.01 ล้านบาทจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเมืองไทยในปี 2563 คาดว่าจะลดจำนวนลงเหลือเพียง 16 ล้านคนลดลงจากปีที่แล้วที่มีจำนวน 39.8 ล้านคนส่วนตลาดในประเทศจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปี 2563 คาดการณ์ว่าจะอยู่ที่ 60 ล้านคน-ครั้งลดลงจากปีที่แล้วที่จำนวน 167 ล้านคน-ครั้ง สรุปคือจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติหายไป 23.8 ล้านคนและนักท่องเที่ยวในประเทศไทยหายไป 107 ล้านคน-ครั้ง (กระทรวงการ

ท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ทั้งหมดนี้คือผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย แต่สิ่งหนึ่งที่เป็นเรื่องที่ทำลายต่ออุตสาหกรรมโรงแรมของประเทศไทยนั้นคือจากวิกฤต COVID-19 ทำให้เกิด New Normal ด้านมาตรฐานสุขอนามัยในอุตสาหกรรมโรงแรมในประเทศไทยขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อโรงแรมจำนวนกว่า 32,564 โรงแรม (นับเฉพาะที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย คิดเป็นจำนวน ห้องพักกว่า 1.63 ล้านห้องทั่วประเทศ (ที่มา: สมาคมโรงแรมไทย) เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงจากเดิมไปอย่างสิ้นเชิงจากผลกระทบของการที่ต้องระมัดระวังตัวเพื่อป้องกันการติดเชื้อ COVID-19 อยู่เสมอทำให้เกิดความเคยชินและเกิดทัศนคติต่อมาตรฐานด้านความปลอดภัยของสุขอนามัยที่เปลี่ยนไปมีการใส่ใจกับความสะอาดของโรงแรมที่จะเข้าพักมากขึ้น ใส่ใจใน ความสะอาดของอาหารและการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนกลางของโรงแรมมากขึ้น และนี่คือสิ่งทำลายของอุตสาหกรรมโรงแรมต่อ New Normal ใหม่ด้านสุขอนามัยในอุตสาหกรรมโรงแรม ประกอบ ธุรกิจโรงแรมโดยมากปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงเป็นลำดับต้น ๆ ก่อนที่จะดำเนินธุรกิจโรงแรมมักจะประกอบไปด้วยทำเลที่ตั้ง การออกแบบที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน บริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ราคาขายที่เพิ่มโอกาสทางการขาย Promotion ที่ดีและที่สำคัญส่วนใหญ่เน้นการสร้าง Brand จากการชูประเด็นด้านความสะอาดสบายในการเข้าพักซึ่งในอนาคตทั้งหมดนี้อาจไม่ใช่ ประเด็นสำคัญอีกต่อไปสำหรับการดำเนินธุรกิจโรงแรมแต่นักท่องเที่ยวและลูกค้าอาจให้ความสำคัญกับ เรื่องของสุขอนามัยมากเป็นลำดับต้น ๆ ของการตัดสินใจเลือกที่พักจาก New Normal ที่เกิดขึ้น

โฮมสเตย์เป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านที่พักและนำเที่ยวแบบสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นได้สัมผัสธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยมของชุมชนอย่างใกล้ชิด ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการจัดบริการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาที่พักในท้องถิ่นนั้นศึกษาและเรียนรู้ถึงความเป็นอยู่และการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนในพื้นที่จึงนับเป็นจุดขายที่มีเสน่ห์ดึงดูดลูกค้าของธุรกิจโฮมสเตย์เป็นอย่างดี ประกอบกับในแต่ละช่วงในรอบ 1 ปี นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการจะได้รับบริการเสริมในรูปแบบการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่หลากหลายไม่ซ้ำกันขึ้นอยู่กับช่วงฤดูกาลที่ลูกค้าวีรไปพักโดยมีกิจกรรมที่น่าสนใจ ตัวอย่างเช่น การพาเข้าร่วมกิจกรรม การจับเคย การเลี้ยงปลาในกระชังของชาวเส/ชาวประมง การทำนา การจับปูนา การหาสมุนไพรใน ป่าละเมาะ การทำปุ๋ยชนิดต่าง ๆ การสอนทำอาหารพื้นเมือง นวดแผนโบราณ สปาสมุนไพร การเดิน ป่า การไปส่องสัตว์ ฯลฯ ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ ควรเป็นกลุ่มบุคคลที่อาศัยในท้องถิ่นหรือ ในพื้นที่นั้น หรือหากไม่ใช่คนในพื้นที่ก็จะต้องมีความรู้และความเข้าใจ วัฒนธรรม ประเพณีที่เป็น จุดเด่นของท้องถิ่นนั้น และได้รับความร่วมมือจากประชาชนในพื้นที่เป็นอย่างดี ในการนำมาจัดเป็นกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ให้ชาวต่างประเทศได้ร่วมสัมผัสอย่างใกล้ชิดและเกิดความประทับใจหรือได้รับความรู้ที่ประทับใจแปลกใหม่นำไปเล่าสู่กันฟังเมื่อกลับประเทศเป็นการ

ประชาสัมพันธ์ ประเทศให้ชาวต่างประเทศได้รับทราบอีกทางหนึ่งด้วย

บ้านแม่กำปองมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย การเที่ยวชมวิถีชีวิตในชุมชน เช่น การทำเหมียง ทำสมุนไพรรักษาโรค ทำกาแพ ทำหมอนใบชา การจักสาน เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติตามเส้นทาง การเดินป่า และจุดชมวิวยอดดอยม่อนล้าน ในส่วนของสถานที่และสาธารณูปโภครองรับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ประกอบด้วย สถานที่จอดรถยนต์สาธารณะ จำนวน 3 จุด รองรับรถยนต์ได้จำนวน 70 คัน ห้องน้ำสาธารณะจำนวน 3 จุด รวม 32 ห้อง บ้านพักโฮมสเตย์ จำนวน 22 หลัง และบ้านพักรายวันจำนวน 46 หลัง บ้านแม่กำปองมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ระบบคณะกรรมการหมู่บ้าน โดยมีผู้ใหญ่บ้านเป็นประธาน และมีรองประธานทำหน้าที่ประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน คณะกรรมการหมู่บ้านประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 2 คน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านจำนวน 2 คน ประธานกลุ่มแม่บ้าน ประธานกลุ่มผู้สูงอายุ ประธานกลุ่มเยาวชน เลขานุการ และเหรัญญิก โดยมีกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) กลุ่มโฮมสเตย์ 2) กลุ่มนักร้องความหมายชุมชน 3) กลุ่มนวดแผนไทย 4) กลุ่มสมุนไพรรักษาโรค 5) กลุ่มผลิตภัณฑืหมอนใบชา และ 7) กลุ่มสละ ล้อ ซอ ซึง และการแสดงพื้นบ้าน การบริหารจัดการรายได้ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวอยู่ภายใต้กลไกการบริหารของสหกรณ์ไฟฟ้าพลังน้ำ โครงการหลวงแม่กำปอง จำกัด โดยมีการจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่สมาชิกสหกรณ์ ดังนี้ เข้าสหกรณ์ไฟฟ้าพลังน้ำ ร้อยละ 30 (ปันผลเมื่อสิ้นปีให้กับสมาชิกสหกรณ์) พัฒนาหมู่บ้าน ร้อย ละ 20 คณะทำงานร้อยละ 25 จัดสวัสดิการชุมชนร้อยละ 15 เบี้ยประชุมคณะกรรมการ ร้อยละ 10 ชาวบ้านมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุม และกิจกรรมการพัฒนาของชุมชน

ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่จะต้องคำนึงถึงการให้บริการที่ที่พักโฮมสเตย์ที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยของสุขอนามัยของนักท่องเที่ยว เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์โควิด 19 ที่เกิดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง เชียงใหม่

คำถามวิจัย

1. สภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอย่างไร
2. การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้าน แม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) โดยใช้วิธีการทำแบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาคั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ประชากรกลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ได้แก่ ผู้นำชุมชน ราชการพนักงานสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล คือ ผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ที่ดำรงตำแหน่งอยู่ในคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยแก้ว จำนวน 2 คน และผู้นำชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง ได้แก่ ผู้ดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 1 ท่าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 1 ท่าน และคณะกรรมการหมู่บ้าน จำนวน 1 ท่าน

2. ประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์หมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ คือ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ จำนวน 10 ท่าน

รวมผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 10 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกระบวนการที่สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีแนวทางในเชิงปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมอันจะนำไปสู่เป้าหมายของการบริหารจัดการโฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาสภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19

กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม หรือ SWOT Analysis เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการพัฒนาธุรกิจโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์โควิด19

ขอบเขตด้านระยะเวลาในการศึกษา

การศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ สถานการณ์โควิด19 มีระยะเวลาในการศึกษา ระหว่าง ปีการศึกษา 2564 ถึงปีการศึกษา 2566

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. ทราบถึงสภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่
2. ทราบถึงกลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่
3. ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ให้กลับมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ
4. หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ให้เกิดมาตรฐานการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ให้สามารถยกระดับการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว
5. ผู้นำชุมชนสามารถนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการกำหนดระเบียบและการจัดการภายในชุมชนให้เกิดเป็นชุมชนแห่งการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ที่ประสิทธิภาพที่เตรียมความพร้อมในการป้องกันโรคระบาดโควิด19
6. ผู้ประกอบการสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ให้สามารถสอดคล้องกับสถานการณ์โควิด 19 เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจและเชื่อมั่นถึงความปลอดภัยต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว

นิยามศัพท์

โฮมสเตย์ หมายถึง สถานที่พักแรมที่ได้สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้ทั้งการพักผ่อน และศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต สังคม ประเพณี วัฒนธรรม มีโอกาสเข้าร่วมพิธีกรรมและประเพณีของท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การมีส่วนร่วม ตลอดจนมีความใกล้ชิดกับเจ้าของบ้าน และชุมชนเป็นอย่างมาก โดยชาวบ้านและชุมชนจะคอยให้คำแนะนำรายละเอียดต่าง ๆ ในท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว

โควิด19 หรือ ไวรัสโคโรนา หมายถึง ไวรัสที่ถูกพบครั้งแรกในปี 1960 แต่ยังไม่ทราบแหล่งที่มาอย่างชัดเจนว่ามาจากที่ใด แต่เป็นไวรัสที่สามารถติดเชื้อได้ทั้งในมนุษย์และสัตว์ปัจจุบันมีการค้นพบไวรัสสายพันธุ์นี้แล้วทั้งหมด 6 สายพันธุ์ ส่วนสายพันธุ์ที่กำลังแพร่ระบาดหนักทั่วโลกตอนนี้ เป็นสายพันธุ์ที่ยังไม่เคยพบมาก่อน คือ สายพันธุ์ที่ 7 จึงถูกเรียกว่าเป็น “ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่” และในภายหลังถูกตั้งชื่ออย่างเป็นทางการว่า “โควิด-19” (COVID-19)

วิถีปกติใหม่ หมายถึง สถานการณ์หรือปรากฏการณ์ ที่แต่เดิมเป็นสิ่งที่ไม่ปกติ ผู้คนไม่คุ้นเคย ไม่ใช่มาตรฐาน ต่อมาเมื่อเหตุหรือเกิดวิกฤตบางอย่าง จึงมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้สถานการณ์หรือปรากฏการณ์นั้นกลายเป็นสิ่งที่ปกติและเป็นมาตรฐาน

กระบวนการบริหารแบบ POLC หมายถึงกระบวนการบริหารที่นำมาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการดำเนินงานการศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ สถานการณ์โควิด 19 4 ด้านดังนี้ การวางแผน (P: Planning) การจัดองค์กร (O : Organizing) การนำ (L : Leading) และการควบคุม (C : Controlling)

แม่กำปอง หมายถึง ชื่อหมู่บ้านมาจากคำว่า “แม่” แปลว่าแม่น้ำ กับ “กำปอง” เป็นต้นไม้ชนิดหนึ่ง มีดอกไม้สีเหลือง แดง ขึ้นตลอดข้างลำธาร ชาวบ้านที่นี่มีความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย ทว่าภาคเสน่ห์ และด้วยสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้ชาวชุมชนแม่กำปองเปิดหมู่บ้านเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และโฮมสเตย์ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2539

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษา: หมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดที่เกี่ยวข้องจากแหล่งอ้างอิงต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
3. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่
4. ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด19
5. แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)
6. การวิเคราะห์กลยุทธ์ (TOWS matrix)
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์

แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับกลยุทธ์ ถือเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาหน่วยงานองค์กร ธุรกิจรวมไปถึงสามารถปรับใช้กับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในหลายปัจจัย สามารถสรุปได้ดังนี้

ความหมายของการบริหาร

Campbell et al. (1997:6) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง ศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับคนอื่น

Simon (1976: 3) ให้ความหมายไว้ว่า การบริหาร คือ กิจกรรม ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมมือกัน ดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลาย อย่างร่วมกัน

Simon et al. (1991: 3) กล่าวถึงการบริหาร ว่าหมายถึงกิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ สรุปได้ว่า การบริหาร หมายถึง ระบบที่ใช้ในการ ดำเนินการนำเอาทรัพยากรทั้งคนและวัตถุ สิ่งของ มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดและบรรลุตาม วัตถุประสงค์ขององค์กร การบริหารมี ลักษณะเป็นกระบวนการ ได้แก่ กระบวนการคิด การวางแผน

การจัดองค์กร การบริหารงาน บุคคล การอำนวยการ การบังคับ การรายงาน การงบประมาณ การประสานงานการควบคุม งาน การตัดสินใจ และนโยบาย

Hellriegel (1982: 6) กล่าวว่า “Management” หมายถึง ศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น

Yoder (1956: 7) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง การ นำไปสู่กระบวนการของการทำกิจการที่มีการวางแผน (Planning) การอำนวยการ (Directing) และความร่วมมือ (Coordinating) โดยเฉพาะกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ

Chapman (1995: 3) กล่าวว่า หมายถึง การขับเคลื่อนงาน ภายในองค์กรให้เดินไปข้างหน้า โดยอาศัยผู้อื่นด้วยการเป็นผู้นำ (Leadership) การแนะแนว (Guiding) และการกระตุ้น (Motivative) ความเพียรของผู้อื่นเพื่อสู่เป้าหมายขององค์กร และยังรวมไปถึงการให้กำลังใจ (Inspiring) การสื่อสาร (communicating) การวางแผน (Planning) และการจัดการ (Management)

พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) (2549: 3) ได้กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง การทำให้งานสำเร็จโดยอาศัยผู้อื่น (Getting things done through other people) เมื่อว่าตามคำนิยามนี้ การบริหารในพระพุทธศาสนาเริ่มมีขึ้นเป็นรูปธรรมสองเดือน นับจากวันที่พระพุทธเจ้าตรัสรู้ นั่นคือในวันอาสาฬหบูชา เมื่อพระพุทธเจ้าทรงแสดงพระ ธรรมเทศนาเป็นครั้งแรกแก้ปัญหาจวักคีย์ซึ่งทำให้เกิดพระสังฆรัตนะขึ้น เมื่อมีพระสังฆรัตนะ เป็นสมาชิกใหม่เกิดขึ้นในพระพุทธศาสนาอย่างนี้พระพุทธเจ้าก็ต้องบริหารคณะสงฆ์

สมพงษ์ เกษมสิน (2514: 3) ได้กล่าวโดยสรุปไว้ว่า การบริหาร หมายถึง การใช้ศาสตร์และศิลป์นำเอาทรัพยากรบริหาร มาประกอบเป็นกระบวนการบริหาร ให้บรรลุ วัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งทำให้มองเห็นลักษณะของการบริหารได้ดังนี้ การบริหารย่อมมีวัตถุประสงค์ การบริหารอาศัยปัจจัยบุคคลเป็นสำคัญ การบริหารต้องใช้ ทรัพยากรการบริหารเป็นองค์ประกอบ พื้นฐาน การบริหารมีลักษณะการดำเนินการที่เป็น กระบวนการ การบริหารเป็นการดำเนินงาน ร่วมกันของกลุ่มคน การบริหารอาศัยความร่วมมือหรือร่วมใจของบุคคลและของกลุ่มคน และการบริหารมีลักษณะเป็นการร่วมมือดำเนินการ อย่างมีเหตุผล

จากเนื้อหาข้างต้นสรุปได้ว่า การบริหาร หมายถึง การนำไปสู่กระบวนการของการ ทำกิจการที่มีการวางแผน (Planning) การอำนวยการ (Directing) และความร่วมมือ (Coordinating) โดยเฉพาะกิจกรรมด้านเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นศิลปะในการทำงานให้บรรลุ เป้าหมายร่วมกับผู้อื่น

ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหาร

การบริหารงานจะดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยการใช้ความรู้ความ ชำนาญ ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความชำนาญในการบริหารเพื่อความสำเร็จขององค์กร มีนักวิชาการได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารไว้ดังนี้

Ouchi and Wilkins (1985) ได้กล่าวทฤษฎีของการบริหาร คือ ทฤษฎี Z โดยหลังจาก การศึกษาการบริหารของธุรกิจญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา และได้ทำ การประสม ประสานกัน โดยมี แนวคิดด้านการบริหาร ดังนี้

1. การจ้างงานระยะยาว
2. การตัดสินใจเป็นเอกฉันท์
3. ความรับผิดชอบเฉพาะบุคคล
4. การประเมินผลและการเลื่อนตำแหน่งแบบค่อยเป็นค่อยไป
5. การควบคุมในตัวเองไม่เป็นทางการโดยมี การวัดผลอย่างชัดเจนและเป็น ทางการ
6. เส้นทางอาชีพแบบเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในระดับปานกลาง
7. มีความเกี่ยวข้องในลักษณะครอบครัว

Gulick and Urwick (1973: 18 -19) ได้กล่าวว่า กระบวนการบริหารนั้นต้องประกอบด้วย ขั้นตอนที่สำคัญ หรือที่เรียกกันย่อ ๆ ว่า POSDCoRB Model ซึ่งอธิบายตามความหมายได้ดังนี้

1. การวางแผน (P=Planning) หมายถึง การจัดวางโครงการและแผนปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้าว่าจะต้องทำอะไรบ้างและทำอย่างไร
2. การจัดการองค์การ (O=Organizing) หมายถึง การจัดหน่วยงาน กำหนด โครงสร้าง ของหน่วยงาน การจัดสายงานตำแหน่งต่าง ๆ กำหนดอำนาจหน้าที่ให้ชัดเจน
3. การจัดหาบุคคล (S=Staffing) หมายถึง การจัดหาบุคคล เป็นการบริหารงาน ทางด้านบุคคล อันได้แก่ การจัดอัตรากำลัง การสรรหา การพัฒนาบุคลากร การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีการประเมินผลการทำงาน และการให้พ้นจากงาน
4. การอำนวยการ (D =Directing) หมายถึง การตัดสินใจ การวินิจฉัยสั่งการ หน่วยงาน ให้เกิดความร่วมมือเพื่อดำเนินไปสู่เป้าหมายเดียวกัน
5. การประสานงาน (Co =Coordinating) หมายถึง การประสานงานกิจการ ด้าน ต่าง ๆ ของหน่วยงาน ให้เกิดความร่วมมือเพื่อดำเนินไปสู่เป้าหมายเดียวกัน
6. การรายงาน (R =Reporting) หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติของ หน่วยงาน ให้แก่ผู้บริหารและสมาชิกของหน่วยงานได้ทราบความเคลื่อนไหวของการ ดำเนินงานว่าก้าวหน้าเพียงใด

7. การงบประมาณ (B =Budgeting) หมายถึง การงบประมาณ การจัดทำ งบประมาณ บัญชีการใช้จ่ายเงิน การควบคุมและการตรวจสอบด้านการเงิน

พุทธทาสภิกขุ (ม.ป.ป.: 9 - 12.) กล่าวถึงการบริหาร เป็นการดำเนินไปได้แห่งกิจการที่กระทำ ด้วยปัญญา กระทำด้วยความหวัง และต้องทำเพื่อสังคมหรือน้อยที่สุด ทำเพื่อตัวเอง ต้องมีการป้องกัน และแก้ไขปัญหาอุปสรรคด้วยสติปัญญา

พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต) (2549: 3 – 4) กล่าวถึง การบริหาร เป็นวิธีการทำ ให้งานสำเร็จโดยอาศัยผู้อื่น (Getting things done through other people) และกล่าวว่าหน้าที่ ของผู้บริหารเป็นกรอบในการพิจารณาของผู้บริหารให้สำเร็จ มี 5 ประการ ตามคำย่อภาษาอังกฤษว่า “POSDC” ดังนี้ คือ

1. P คือ planning หมายถึง การวางแผน เป็นการกำหนดแนวทางการ ดำเนินงานเพื่อ ความสำเร็จที่จะตามมาในอนาคต ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลเพื่อ กำหนดทิศทางขององค์กร
2. O คือ Organizing หมายถึง การจัดองค์กร เป็นการกำหนดโครงสร้าง ความสัมพันธ์ ของสมาชิกและสายบังคับบัญชาภายในองค์กร มีการแบ่งงานกันทำและการ กระจายอำนาจ
3. S คือ staffing หมายถึง งานบุคลากร เป็นการสรรหาบุคลากรใหม่ การพัฒนา บุคลากรและการใช้คนให้เหมาะสมกับงาน
4. D คือ Directing หมายถึง การอำนวยการ เป็นการสื่อสารเพื่อให้เกิดการ ดำเนินการ ตามแผน ผู้บริหารต้องมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและต้องมีภาวะผู้นำ
5. C คือ controlling หมายถึง การกำกับดูแล เป็นการควบคุมคุณภาพของการ ปฏิบัติงานภายในองค์กร

จากทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารข้างต้นพอสรุปได้ว่า กรอบการบริหารมี 5 ประการ ตามคำย่อ ภาษาอังกฤษว่า “POSDC” ดังนี้คือ 1) P คือ planning การวางแผนกำหนดแนว ทิศทางการดำเนินงาน เพื่อความสำเร็จที่จะตามมาในอนาคต ผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล เพื่อกำหนดทิศทางของ องค์กร 2) O คือ Organizing การจัดองค์กร เป็นการกำหนด โครงสร้างความสัมพันธ์ของสมาชิกและ สายบังคับบัญชาภายในองค์กร มีการแบ่งงานกันทำ และการกระจายอำนาจ 3) S คือ staffing งาน บุคลากร เป็นการสรรหาบุคลากรใหม่ การพัฒนาบุคลากรและการใช้คนให้เหมาะสมกับงาน 4) D คือ Directing การอำนวยการ เป็น การสื่อสารเพื่อให้เกิดการดำเนินการตามแผน ผู้บริหารต้องมีมนุษย สัมพันธ์ที่ดีและต้องมี ภาวะผู้นำ 5) C คือ controlling การกำกับดูแล เป็นการควบคุมคุณภาพของ การปฏิบัติงาน ภายในองค์กร

กระบวนการบริหารจัดการ

ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายถึงกระบวนการบริหารไว้ดังนี้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541: 11) ได้ให้ความหมายว่า กระบวนการบริหารเป็นการออกแบบ และรักษาซึ่งสภาพแวดล้อมของบุคคลร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุ เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย ขององค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การวางแผน (Planning)
2. การจัดองค์กร (Organizing)
3. การชักนำ (Leading)
4. การควบคุม (Controlling) มนุษย์สิ่งแวดล้อมทางกายภาพการเงิน ทรัพยากรข้อมูล ขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

สุพิน เกษาคุปต์ (2544: 12) ได้ให้ความหมายว่า ผู้บริหารต้องมีหน้าที่สำคัญ 5 ประการ คือ

1. การวางแผน (Planning) คือ การคิดการล่วงหน้า
2. การจัดองค์กร (Organizing) คือ การจัดโครงสร้างของสายงาน ตำแหน่งงานและ อำนาจหน้าที่ต่าง ๆ
3. การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) คือ การดูแลสั่งการให้งานเป็นไปด้วยความถูกต้องเรียบร้อย
4. การประสานงาน (Coordinating) คือ การดูแลควบคุมและอำนวยความสะดวกให้ ผู้ทำงานสามารถทำงานได้โดยสะดวกเต็มความสามารถ
5. การควบคุม (Controlling) คือ การควบคุมให้งานดำเนินไปตามแผนที่วางเอาไว้

รุ่งนภา ตาอินทร์ (2551: 14) ให้ความหมายว่า กระบวนการบริหารจัดการ สามารถแบ่ง ออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การ การนำ การควบคุม กระบวนการ บริหารจัดการขั้นตอนของ POSCORB Model ซึ่งเป็นแนวคิดของ กุลิก และเออวิค (Luther Gulick and Lyndall Urwick) ได้สรุป ขบวนการบริหาร ประกอบด้วย ขั้นตอน 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. การวางแผน (Plan : P) คือการกำหนดเป้าหมายเอาไว้ล่วงหน้า ว่าควรจะทำอะไร โดยมีการเตรียมทรัพยากรการบริหาร การกำหนดเป้าหมาย และวิธีปฏิบัติ ล่วงหน้า
2. การจัดองค์การ (Organizing : O) คือ การจัดส่วนขององค์การ การจัด ระเบียบ เกี่ยวกับตัวตน การแบ่งงานกันทำ การปกครองบังคับบัญชา การควบคุมและการ ปรับปรุงกลไก การบริหารและการจัดการ
3. การบริหารงานบุคคล (Staffing : S) คือ การจัดหาบุคคลมาปฏิบัติงาน ตามที่วางไว้ รวมทั้งการบำรุงรักษาและพัฒนาให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

4. การอำนวยการ (Directing : D) คือ การควบคุม กำกับดูแล การวินิจฉัย สั่งการให้ดำเนินการตามวิธีที่กำหนด และการเร่งรัดงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

5. การประสานงาน (Coordinating : CO) คือ การติดต่อแสวงหาความร่วมมือการจัดระเบียบวิธีการและกลไกการบริหารต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

6. การรายงาน (Reporting : R) คือ เป็นระบบ และขั้นตอนการรายงานผลการปฏิบัติงานการประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนทราบ และใช้ประโยชน์จากระบบรายงานในการดำเนินการพัฒนาต่าง ๆ

7. การจัดสรรงบประมาณ (Budgeting : B) คือ การปฏิบัติด้านการเงิน รายได้ รายจ่าย หรือการกำหนดการจัดหา และแหล่งรายได้ต่าง ๆ ในการดำเนินการ

จะเห็นว่าผู้บริหารต้องมีหน้าที่สำคัญ 5 ประการ คือ 1) การวางแผน (Planning) คือ การคิดการล่วงหน้า 2) การจัดองค์กร (Organizing) คือ การจัดโครงสร้าง ของสายงาน ตำแหน่งงาน และอำนาจหน้าที่ต่าง ๆ 3) การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) คือ การดูแลสั่งการให้งานเป็นไปด้วยความถูกต้องเรียบร้อย 4) การประสานงาน (Coordinating) คือ การดูแลควบคุมและอำนวยความสะดวกให้ผู้ทำงาน สามารถทำงานได้โดยสะดวกเต็มความสามารถ 5) การควบคุม (Controlling) คือ การควบคุมให้งานดำเนินไปตามแผนที่วางเอาไว้

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์

พชรวัฒน์ เส้นทอง (2560) กลยุทธ์ หรือยุทธศาสตร์ คือสิ่งเดียวกัน โดยเฉพาะในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Strategy เพียงศัพท์เดียวก็เข้าใจตรงกัน แต่มีวัตถุประสงค์ในการใช้เรียกต่างกัน เช่น หากเกี่ยวข้องกับการวางแผนระยะยาวหรือหน่วยงานภาครัฐจะใช้คำว่ายุทธศาสตร์ (Strategic Plan) ส่วนกลยุทธ์มักใช้สำหรับการวางแผนระยะสั้น ๆ ที่หวังผลในเวลาอันรวดเร็วหรือการวางแผนในการบริหารจัดการที่เกี่ยวกับองค์การที่ดำเนินงานที่มุ่งหวังกำไรเป็นที่ตั้งเป็นต้น ธุรกิจที่พักรวมเป็นธุรกิจภาคบริการจึงควรใช้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการหรือ 8P' s มาใช้ (Lovelock and Wright, 2002 อ้างใน ศุทธิกานต์ คงคล้าย และธัญเทพ ยะติวัฒน์, 2559) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสินค้า (Goods) หรือบริการ (Service) ที่เสนอขายให้แก่ผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาลูกค้า และต้องมีการเลือกคุณภาพที่สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าเพื่อให้สามารถแข่งขันได้

2. ราคา (Price) คือจำนวนเงิน หรือสิ่งอื่น ๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรและลูกค้าให้ความสำคัญ ซึ่งองค์กรพยายามทำให้การผลิตมีต้นทุนต่ำที่สุดเนื่องจากลูกค้าต้องการที่จะซื้อหรือจ่ายในราคาที่ถูกลง ดังนั้นองค์กรหรือธุรกิจจำเป็นต้องทำให้ลูกค้าหรือผู้บริโภครับรู้คุณค่า (Perceived value) ของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าราคาของผลิตภัณฑ์

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือโครงสร้างของช่องทางในการจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า มักจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของสถานที่เวลาธุรกิจจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจในกระบวนการส่งมอบสินค้า และมีการวางแผนในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่ลูกค้าเพื่อลดช่องว่างในการติดต่อสื่อสารโดยใช้สถาบันการตลาดในการนำผลิตภัณฑ์สู่ตลาดเป้าหมายผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่ช่วยในการกระจายสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง คลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อหรือลูกค้า เพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าซื้อสินค้า สามารถทำได้โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ โปสเตอร์ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา

5. บุคลากร (People) กล่าวคือบทบาทของบุคลากรสำหรับธุรกิจบริการนอกจากทำหน้าที่ผลิตบริการแล้วต้องทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์บริการไปพร้อม ๆ กันด้วยเนื่องจากการบริการขึ้นอยู่กับบุคคล

6. กระบวนการในการบริการ (Process) คือขั้นตอนการให้บริการหรือการไหลของกิจกรรมบริการที่ต้องทำให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด กล่าวคือธุรกิจบริการมีการให้บริการที่ดีแต่ก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาลูกค้าได้ทั้งหมด เช่น การเข้าแถวรอระบบการส่งมอบบริการจึงครอบคลุมถึงนโยบายและกระบวนการที่นำมาใช้ หากกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งของขั้นตอนการให้บริการจัดส่งสินค้าหรือบริการเกิดล่าช้า จะส่งผลทำให้งานเกิดผิดพลาด และอาจจะสร้างความไม่พอใจแก่ลูกค้าได้ การจัดการทางการตลาดจึงต้องให้ความสนใจและความสำคัญในเรื่องของกระบวนการในการบริการดังกล่าว

7. การสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ (Physical evidence) เป็นสภาพแวดล้อมการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ลักษณะทางกายภาพเป็นส่วนประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า (Consumer) หรือผู้ใช้บริการโดยบริการที่จับต้องได้และปรากฏในสายตาของลูกค้า เช่น การสร้างบรรยากาศลักษณะของที่พัก ทำเลที่ตั้งพาหนะการเลือกใช้สี แสง และเสียงภายใน สัญลักษณ์ เป็นต้น จะมีผลกระทบต่อความประทับใจของลูกค้าโดยตรง ส่วนในด้านการบริการที่มีองค์ประกอบจับต้องได้น้อยนั้น เช่น การประกันภัย การโฆษณาโดยมีการนำเสนอลักษณะที่มีความหมายเพื่อแทนบริการนั้น ๆ

8. ประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการ (Productivity and quality) คือการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ได้ผลดีนั้นจะทำให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ ซึ่งคุณภาพการ

บริการสามารถสร้างความแตกต่างกับคู่แข่ง (Competitor) และสร้างความภักดีต่อสินค้า (Royalty) ได้ ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเพิ่มของต้นทุน และการเพิ่มของรายได้ เพื่อลดความเสี่ยงเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพ เพราะการปรับปรุงคุณภาพย่อมก่อให้เกิดต้นทุนในการดำเนินงาน นอกจากนี้ อาทิตมา วงษ์สีมานันต์ และชมภูนุช หุ่นนาค (2563) ยังกล่าวเพิ่มเติมบอกว่าการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยววิถีชุมชนจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัย 4 ด้านประกอบด้วย

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวและบริการของชุมชนต้องมีความหลากหลาย รูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ต้องมีการออกแบบให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว

2) ด้านราคา การตั้งราคาสินค้าหรือบริการของชุมชน คนในชุมชนจำเป็นต้องรู้จักตัวตนของสินค้าและบริการของตนเองก่อนร่วมไปจนถึงรู้ว่าสินค้าและบริการนั้น เป็นสินค้าประเภทไหน ในการตั้งราคาสามารถบวกกำไรมากน้อยไม่เท่ากัน

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นเส้นทางที่สินค้าเคลื่อนย้ายจากชุมชนไปสู่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว การจัดจำหน่ายต้องทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและสะดวกสะอาดปลอดภัย และมีศูนย์หรือร้านค้าที่จัดจำหน่ายในชุมชน ช่องทางในการจัดจำหน่ายต้องทันสมัยและตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันรวมทั้งมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ มาช่วยในการเข้าถึงกลุ่มของผู้บริโภคได้มากขึ้น

4) การส่งเสริมการตลาด เป็นการสร้างการรับรู้โดยการใช้คนในชุมชนในการจำหน่ายสินค้าการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ทางการตลาด จูงใจผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว เพื่อเสนอความพิเศษของสินค้าและบริการในชุมชน กระตุ้นให้เกิดการเลือกซื้อและการเข้ามาใช้บริการรวมทั้งต่อยอดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการกลยุทธ์การพัฒนาที่แพคเกจโฮมสเตย์ในพื้นที่ล้านนา ตะวันออกสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยว

สรวิวรรณ เจริญภักดี (2561) ระบุว่า ที่แพคเกจโฮมสเตย์เป็นที่พักที่บริหารจัดการโดยคนในชุมชน ตามหลักการการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีหลักการที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามัคคีปรองดอง และร่วมแรงร่วมใจกัน 2) ชุมชนมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยว 3) ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ หรืออาจมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในชุมชน 4) ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ 5) ชุมชนมีวิถีชีวิตที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ มีภูมิปัญญาของตนเอง 6) ชุมชนสามารถให้บริการที่แพคเกจโฮมสเตย์แก่นักท่องเที่ยว 7) ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการและรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวร่วมกัน 8) การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมีความยั่งยืน อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ควรมีการ

ปรับใช้หลักกลยุทธ์ทางการตลาด 8P คือกลยุทธ์การตลาดที่ Philip Kotler ได้วางไว้เป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการซึ่งใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 8Ps ที่ต่อยอดมาจาก 4Ps มาใช้กำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นหัวใจหลักสำคัญของธุรกิจบริการที่พิกอาศัย เพื่อให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากลูกค้ารวมไปถึงโฮมสเตย์ที่ผู้บริโภคนึกถึงอยู่เสมอ ดังนั้นที่พิกแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่ล้านนาตะวันออกจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดการกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก เช่น ด้านห้องพัก ด้านอาหาร ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการเรียนรู้ เป็นต้น

2) ราคา (Price) ข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความยินดีที่จะจ่ายค่าที่พักพร้อมบริการอาหารเช้าและกิจกรรมที่ทางโฮมสเตย์จัดไว้ให้แต่หากพิจารณาให้ครบทั้งกระบวนการแล้วจะพบว่าราคาสูงหรือต่ำ ลูกค้าจะเป็นผู้พิจารณาว่าต้นทุนที่แท้จริงควรอยู่ที่เท่าไรราคามีความสมเหตุสมผลหรือไม่ซึ่งการพิจารณาจะขึ้นอยู่กับลูกค้าแต่ละบุคคล ดังนั้น การตั้งราคาห้อง

3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) นักท่องเที่ยวยุคนี้มีพฤติกรรมนิยมใช้ช่องทางออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Agoda, Booking หรือตามเว็บไซต์ รวมถึงช่องทางโซเชียลก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ผู้คนในปัจจุบันสนใจเป็นอย่างมาก ซึ่งมีความสะดวกและสามารถค้นหาผ่านมือถือ มีบทความรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว การเปรียบเทียบราคาของที่พักและความสะดวกของขั้นตอนการจองที่พักอีกด้วย

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ทราบและเข้าใจเอกลักษณ์และบริการของโฮมสเตย์ เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการเข้ามาทดลองใช้บริการจนเกิดความประทับใจและนำไปบอกต่อให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ โดยมีประเด็นสำคัญที่ใช้ในการสื่อสารถึงลูกค้าและกลุ่มนักท่องเที่ยว

5) บุคลากร (People) ลักษณะของธุรกิจที่พัก เป็นธุรกิจที่เน้นการให้บริการกับลูกค้า ดังนั้นทรัพยากรบุคคลจึงถือว่ามีสำคัญเป็นอย่างมากที่จะทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จได้ เพราะฉะนั้นโฮมสเตย์จึงจำเป็นต้องคัดเลือกพนักงานที่รักในการบริการยินดีให้ความช่วยเหลือลูกค้า ยิ้มแย้มแจ่มใส มีอัธยาศัยที่ดี สามารถให้ความช่วยเหลือและให้ความรู้ต่าง ๆ เกี่ยวกับที่พักแก่ลูกค้าได้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจมากขึ้น

6) กระบวนการในการบริการ (Process) นับเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างราบรื่น โดยจะต้องออกแบบกระบวนการในการให้บริการเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน โดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการต้องมีความเข้าใจในกระบวนการทำงานในทิศทางเดียวกัน จึงจะมีแผนการทำงานที่ดีเยี่ยมและมีประสิทธิภาพมากขึ้นรวมถึงกระบวนการที่มีความถูกต้องสมบูรณ์

แบบ การสอบถามหรือการประเมินการให้บริการจากลูกค้าก็เป็นอีกทางเลือกที่ช่วยให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงระดับในการให้บริการของโฮมสเตย์

7) การสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ (Physical evidence) สิ่งแวดล้อมในการให้บริการหรือปัจจัยอื่นที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ที่สร้างความสะดวกสบาย หรือสร้างบรรยากาศที่ดีให้กับลูกค้าได้ประทับใจทั้งสถานที่การตกแต่งที่พักโดยรอบโฮมสเตย์ ความพร้อมในการให้บริการ คำนึงถึงความประทับใจของลูกค้าเป็นหลักที่เข้ามาใช้บริการมีการสอบถามความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

8) ประสิทธิภาพและคุณภาพการบริการ (Productivity & Quality) เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือ เพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพการให้บริการให้กับธุรกิจโฮมสเตย์ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการผลิตได้ดั่งนั้น ธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเพิ่มของต้นทุน และการเพิ่มของรายได้ เพื่อลดความเสี่ยงเกี่ยวกับการปรับปรุงคุณภาพ เพราะการปรับปรุงคุณภาพย่อมก่อให้เกิดต้นทุนในการดำเนินงานดั่งนั้น กลยุทธ์การพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่ล้านนาตะวันออกสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง จะต้องกำหนดกลยุทธ์ภายใต้ฐานทรัพยากรชุมชน (พงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี, 2564) ดังนี้

1) กลยุทธ์เชิงรุก คือการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรทางการบริหารและนำมาใช้อย่างคุ้มค่า อาทิ ส่งเสริมบุคลากรหรือคนในชุมชนให้มีทักษะความรู้ด้านการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ การวางแผนงบประมาณเพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย และเน้นโครงสร้างองค์กรที่มีการบริหารไม่ซับซ้อน มีความยืดหยุ่น และส่งเสริมการเสนอเพื่อขอรับการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้มาใช้บริการ

2) กลยุทธ์เชิงพัฒนา เน้นการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน อาทิ การมีส่วนร่วมในการวางแผน ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการสร้างกฎระเบียบในการบริหารจัดการร่วมกัน และมีการประชุมเพื่อสรุปการบริหารจัดการโฮมสเตย์

3) กลยุทธ์เชิงรับ เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการตลาดโดยมีการจัดทำแผนการพัฒนา เน้นการบริการตามแบบวิถีชีวิตของคนในชุมชนเพื่อสร้างความแตกต่างด้านการบริการรวมทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างตราสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน

4) กลยุทธ์เชิงพลิกแพลง คือการพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ โดยการสร้างเครือข่ายกับชุมชนและที่พักแบบโฮมสเตย์อื่น ๆ เน้นการตกแต่งหรือออกแบบที่พักให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน และส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนที่มีความสนใจหรือมีแนวคิดที่จะพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำเป็นที่จะต้องสำรวจองค์ประกอบตัวชี้วัดทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางในการเตรียมความพร้อมสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังต่อไปนี้ องค์ประกอบตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบตัวชี้วัดสำคัญ (พองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และวารภรณ์ ปัญญาวดี, 2561) ได้แก่

1. การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว มีความแปลกใหม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้โดยอาจจะเป็นชุมชนที่อยู่ห่างไกลยังไม่เคยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมาก่อน ประกอบกับมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ไม่ซ้ำใคร และคนในชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวต้องการที่จะให้การท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนในการพัฒนาและสร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชน วิถีของคนในชุมชน ให้นักท่องเที่ยวได้เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเองไปพร้อม ๆ กัน เช่น การได้ทำอาหารร่วมกัน หรือ แม้แต่การได้ลงมือทำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยตนเอง ยิ่งสร้างคุณค่าและความประทับใจตลอดจนความผูกพันให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีการกำหนดพื้นที่ใช้สอยเพื่อใช้ทางการท่องเที่ยว เช่น พื้นที่ทำกิจกรรม พื้นที่ให้ความรู้ จุดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชน ตลอดจนการกำหนดวันเวลาเข้าชม ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับนักท่องเที่ยวและชุมชนอีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวควรมีองค์ความรู้และการสืบทอดภูมิปัญญาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจถึงที่มาและคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง คุณค่าจากความเป็นมาในอดีตจนถึงปัจจุบัน สานต่อสู่ความเชื่อหรือขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างช้านาน โดยนำเสนอผ่านเรื่องเล่าหรือเรื่องราวที่มีส่วนสำคัญกับเหตุการณ์ในอดีตที่ทุกคนยังคงจดจำล้วนแต่มีความเป็นมาและทรงคุณค่าทั้งสิ้น นอกจากนี้ควรมีการรวบรวมองค์ความรู้โดยการเก็บบันทึกเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้สู่คนรุ่นหลังต่อไป โดยอาจจัดทำเป็นหนังสือประวัติความเป็นมาที่รวบรวมเรื่องราวและความน่าสนใจต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวในทุกด้านโดยละเอียด หรือ การนำเสนอผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ที่สามารถเพิ่มปริมาณการเข้าถึงแหล่งข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวได้มาก และรวดเร็วตลอดจนมีการเก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และประเมินผล การแก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อประโยชน์การนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนร่วมกันระหว่างชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องในการพัฒนา แก้ไขปรับปรุง ให้แหล่งท่องเที่ยวได้เติบโตสู่ความอย่างยั่งยืนต่อไป

2. การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นการจัดการด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยกิจกรรมจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมโดยรอบของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ประกอบกับกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน ไม่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของผู้คนในชุมชน เป็นกิจกรรมที่สร้างสรรค์ ไม่ขัดต่อขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี โดยอาจเป็นกิจกรรมที่ถ่ายทอด

โดยผู้นำชุมชน หรือชาวบ้านที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ทั้งการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำด้วยตนเองอย่างภาคภูมิใจ ก่อให้เกิดคุณค่าทั้งในตัวผลิตภัณฑ์และคุณค่าในตัวนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งอาจจะนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้เหล่านี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำเนินชีวิตและควรมีการกำหนดปฏิทินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ ได้ศึกษาข้อมูลและวางแผนล่วงหน้าหากสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว

3. การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว การบริหารจัดการให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ มีการรวมกลุ่มและจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบให้กับทุกคน ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย มีการจัดตั้งกลุ่มบริหารงานโดยชุมชนอาจจัดตั้งชุดคณะกรรมการบริหารงานในด้านต่าง ๆ โดยแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน มีการร่วมกันวางแผนงานลงมือปฏิบัติงานและติดตามตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน หากมีปัญหาหรือข้อสงสัยก็ร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหา ตลอดจนการจัดสรรงบประมาณและรายได้อย่างเป็นธรรม โปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจของคนในชุมชนเนื่องจากคนในชุมชนนี้เป็นเจ้าของพื้นที่จึงมีความเข้าใจในพื้นที่และขีดความสามารถในด้านต่าง ๆ ของชุมชนอย่างชัดเจนและลึกซึ้งกว่าผู้เกี่ยวข้องด้านอื่น ดังนั้นหากชุมชนจะต้องถูกพัฒนา ก็จำเป็นต้องดำเนินการไปตามความต้องการของคนในชุมชนนี้เป็นหลักโดยให้ความสำคัญกับความต้องการและผลประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับเป็นสำคัญมีการส่งเสริมให้เกิดการคิดค้นและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายโดยคนในชุมชนอันเกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้หาได้จากในท้องถิ่นทั้งสิ้น แหล่งท่องเที่ยวมีการจัดทำและแสดงบัญชีการเงินที่โปร่งใสตรวจสอบได้ ตลอดจนมีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมไม่เอื้อประโยชน์ให้กับพวกพ้อง เพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้เกิดขึ้นกับคนในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง แหล่งท่องเที่ยวมีรายได้จากการท่องเที่ยว เช่น การนำเที่ยวและการให้บริการในกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการด้านที่พัก และสินค้าพื้นเมือง เป็นต้น

4. การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะให้บริการในด้านต่าง ๆ กับนักท่องเที่ยวอันได้แก่ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจนการให้ข้อมูลที่จำเป็นและเป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ดังนี้ การจัดการด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า น้ำประปา การเดินทางและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากตัวเมืองมายังแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการระบบของเสีย การกำจัดขยะมูลฝอยและการบำบัดน้ำเสีย มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการใช้พลังงานอย่างประหยัด พลังงานทดแทนด้วยการปลูกต้นไม้ที่ให้ร่มเงา หรือการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในระบบไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่าง มีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบของอาหาร ซึ่งได้มาจากผลผลิตในครัวเรือนของคนในชุมชน

ทั้งสิ้น ประกอบกับภาชนะที่ใช้ใส่อาหารก็ผลิตจากวัสดุทางธรรมชาติที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จานจากใบตอง และถุงกระดาษ เป็นต้น อีกทั้งบริเวณที่พักสำหรับให้บริการค้ำแรมของนักท่องเที่ยว จะต้องมีความสะอาดอากาศปลอดโปร่งเย็นสบาย มีความพร้อมที่จะให้บริการอยู่เสมอ

5. บุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น แหล่งชุมชนจำเป็นจะต้องมีบุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น สำหรับการถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาและองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีโอกาสเข้ารับการฝึกอบรมมีทักษะทางภาษาอังกฤษและภาษาอื่นในการให้บริการนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประกอบด้วย การยกย่องให้เกียรติครูภูมิปัญญา และบุคคลตัวอย่างของชุมชนซึ่งอาจเป็นผู้สูงอายุที่อยู่กับชุมชนมาเป็นเวลานานให้เป็นปราชญ์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ตามความถนัดและเชี่ยวชาญของแต่ละคน และจากการศึกษาของ เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์ (2564) ที่มุ่งเน้นและสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริมเยาวชนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถ ในการเป็นนักสื่อความหมายท้องถิ่น โดยส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้ความสามารถที่หลากหลาย ทั้งการสื่อสารที่มากกว่าภาษาไทย หรือความสามารถพิเศษด้านอื่นเพื่อเป็นการสร้างความสุขและสีสันให้กับนักท่องเที่ยวและยังเป็นการเปิดโอกาสให้แก่เยาวชน เด็ก สตรี ผู้สูงอายุ หรือคนพิการ ตลอดจนผู้ด้อยโอกาส ได้รับประโยชน์และมีส่วนร่วมในกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน และท้ายที่สุดควรมีการอบรมคนในชุมชน พนักงาน ผู้ประกอบการ ผู้เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและ การอนุรักษ์ตามความเหมาะสม เพื่อเป็นการตระหนักให้ทุกคนในชุมชนมีจิตสำนึกรักและหวงแหนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่สืบต่อไป

กล่าวโดยสรุปถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่

- 1) การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว
- 2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 3) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
- 4) การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
- 5) บุคลากรและนักสื่อความหมายท้องถิ่น เหล่านี้ล้วนมีบทบาทสำคัญต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผู้ประกอบการผู้นำชุมชน หรือคณะกรรมการ บริหารงานแหล่ง

ท่องเที่ยวตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย จึงจำเป็นจะต้องมีการพิจารณาและวางแผนการดำเนินงานให้ครอบคลุมในทุกองค์ประกอบ ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพของงาน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความยั่งยืนของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม

การบริหารจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์

การบริหารจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์โดยหลักการการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวควรประกอบไปด้วยองค์ประกอบ ดังนี้ (องค์การบริหาร การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2562) ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามัคคีปรองดอง และร่วมแรงร่วมใจกัน ชุมชนมีความรู้เรื่องการท่องเที่ยว ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวเชิง นิเวศ เช่น ป่าชุมชน น้ำตก ชุมชนมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่น่าสนใจ หรืออาจมีแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ในชุมชน เช่น พิพิธภัณฑสถานโบราณวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ชุมชน มีวิถีชีวิตที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์ มีภูมิปัญญา สามารถให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์แก่นักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการจัดการและรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวร่วมกัน และการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมี ความยั่งยืน อย่างไรก็ตามการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยใช้หลักการการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชน จะต้องมีการบูรณาการและบริหารจัดการร่วมกันหลายภาคส่วน เช่น ภาครัฐบาล ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อที่จะทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และเกิดการกระจายรายได้ใน ทุกภาคส่วนอย่างเหมาะสมและเป็นธรรม (ศิริเพ็ญ เยี่ยมจรรยา, 2555)

หลักการของโฮมสเตย์เป็นเรื่องที่สำคัญ ที่ทุกฝ่ายตั้งแต่รัฐบาลไปจนถึงชุมชน จะต้องเข้าใจไป ในทิศทางเดียวกัน เพื่อมิให้การส่งเสริมและพัฒนาเกี่ยวกับโฮมสเตย์หลงทาง และก่อให้เกิดปัญหา ตามมาภายหลัง ประการแรก ต้องไม่ถือเป็นนโยบายว่าจะต้องมีโฮมสเตย์เกิดขึ้นในทุก ๆ หมู่บ้าน แต่ต้องคำนึงถึงความพร้อม ความรู้ความเข้าใจของชุมชนนี้เป็นสำคัญ และชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการโดยเน้นจุดขายอยู่ที่วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ และให้เข้าใจ ตั้งแต่เริ่มแรกว่า การท่องเที่ยวจะเป็นเพียงรายได้เสริมมิใช่รายได้หลักของชุมชน กล่าวโดยสรุปชุมชน ที่ทำการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ต้องมีความเข้มแข็งมีความรู้เท่าทันสิ่งทีนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลง และ เข้าใจวัตถุประสงค์ของสิ่งที่ตนกำลังดำเนินการเนื่องจากโฮมสเตย์หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท มีจุดศูนย์กลางอยู่ที่บ้านพักในชุมชน ดังนั้นการจัดการเกี่ยวกับที่พักจึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่ชุมชน หรือ เจ้าของบ้านต้องมีหลักและแนวทางในการปฏิบัติ ซึ่งอาจเรียกว่า บัญญัติ 10 ประการดังนี้ (พงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี, 2564)

- 1) เติงนอนที่สะอาดสะอากปลอดภัยและถูกสุขลักษณะในราคาสมเหตุสมผล
- 2) ห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด
- 3) อาหารพื้นบ้านง่าย ๆ แต่ปรุงมาอย่างดี
- 4) ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม
- 5) ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
- 6) กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ เดินป่า ตกปลา ชีมน้า ปั่นเขา ขี่จักรยาน
- 7) ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก

- 8) ความบันเทิงการแสดงพื้นบ้าน อาทิ ดนตรี การเต้นรำ
- 9) ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- 10) ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าบ้าน

แนวทางของโฮมสเตย์หรือบัญชี 10 ประการดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่าเกี่ยวข้องกับการจัดบ้านพัก 5 ข้อด้วยกันได้แก่ 1,2,3,4, และ 10 ส่วนข้ออื่น ๆ กล่าวถึงสภาพแวดล้อมที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวและเป็นกิจกรรมที่ชุมชนจัดให้นักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมดังกล่าวสะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง มิใช่เป็นการจัดฉากแต่อย่างใด การท่องเที่ยวในรูปแบบ “โฮมสเตย์” ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าไปใช้ชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกับคนในท้องถิ่น อยู่บ้านเดียวกัน ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น ที่หมู่บ้านคีรีวง จ.นครศรีธรรมราช บ้านปราสาท จ.นครราชสีมา หมู่บ้านไทยทรงดำ จ.เพชรบุรี และหมู่บ้านโคกโก่ง จ.กาฬสินธุ์ การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้นักท่องเที่ยวจะได้ปฏิบัติตนเหมือนกับชีวิตประจำวันของชาวบ้าน เช่น เข้าชั้นทำอาหาร เตรียมใส่บาตรตอนสาย ออกไปทำไร่ ทำนา ปลูกผัก ผู้หญิงอาจอยู่บ้านทำงานฝีมือทอผ้าจกสาน ได้รับประทานอาหารท้องถิ่น ซึ่งอาจเก็บผัก ตกปลาตนเอง ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของผู้คนที่ต่างไปจากที่เราเป็นอยู่

แนวทางการพัฒนาการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์

แนวทางการพัฒนาการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้คงเสน่ห์ มีอัตลักษณ์ และแตกต่างเพื่อให้ตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สังเคราะห์ได้ดังนี้

1. สร้างอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ คงเสน่ห์ ตัวตนของชุมชน และโฮมสเตย์ที่โดดเด่นและเข้มแข็งชัดเจนมีจุดขายที่แตกต่างอย่างหาที่อื่นทดแทนไม่ได้ ต้องมาที่นี้เท่านั้นถึงจะได้สัมผัสที่พักแบบวัฒนธรรมชนบทแบบนี้ความดั้งเดิมรวมถึงวิถีชีวิตของคนชุมชนที่เรียบง่าย วิถีถิ่นพื้นเมืองวัฒนธรรม ประเพณีอาหารเสื้อผ้า การละเล่น ภูมิปัญญาที่น่าสนใจ ที่สามารถสื่อสารบอกเล่าเรื่องราวของท้องถิ่น และส่งผ่านไปยังนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักโฮมสเตย์ ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความดีใจของเจ้าบ้าน เต็มอกเต็มใจในการต้อนรับขับสู้เป็นอย่างดี สัมผัสได้ถึงความอบอุ่นนี้เป็นมิตร ความมีน้ำใจดีของเจ้าของบ้าน ที่อาจจะถูกส่งผ่านโดยวัฒนธรรมท้องถิ่น หรืออาหารเครื่องดื่มประจำท้องถิ่น เช่น ต้อนรับด้วยบายศรีสู่ขวัญ ต้อนรับด้วยอาหารขันโตกพื้นเมืองเพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง ควรค่าแก่ความประทับใจและน่าจดจำสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

2. สร้างความรู้สึกความเป็นเจ้าของให้กับคนในชุมชน (A Sense of Belonging) ให้คนในชุมชนเกิดความรู้สึกรักหวงแหนจนเกิดความภาคภูมิใจ และชักชวนคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากร เพื่อให้เกิดการจัดสรรผลประโยชน์แก่ชุมชนอย่างยุติธรรมโดยอาศัยความเกื้อกูลและความผูกพันในทรัพยากรวัฒนธรรมชุมชนภายใต้ความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น และ

มีผลประโยชน์ถึงมือชาวบ้านผู้ที่เติบโตมากับทรัพยากรในท้องถิ่นนั้น เล็งเห็นผลกระทบที่จะเกิดขึ้นแก่ชุมชนในอนาคต

บุญทัน ดอกโรสง และปิยะนันต์ จันทรแจกหล้า (2559) กล่าวเสริมว่า แนวทางในการส่งเสริมพัฒนาโฮมสเตย์ให้มีความเข้มแข็ง เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน และสามารถกระจายผลประโยชน์และรายได้ให้กับคนในชุมชนได้นั้น จะต้องประกอบด้วยระบบการทำงานของกลุ่มที่มีความโปร่งใสและมีมาตรการในการควบคุม

3. สร้างความสำคัญต่อการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและเครือข่ายวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาศักยภาพโฮมสเตย์ถือเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนได้อีกหนทางหนึ่งด้วย (เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว, 2553) การส่งเสริมจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชนที่เกี่ยวข้องจะต้องร่วมมือกันวางแผนและลงมือปฏิบัติ เพื่อการพัฒนาอย่างจริงจังและจริงจังการพัฒนาศักยภาพของโฮมสเตย์จึงจะเกิดความยั่งยืนได้ (มธุรส ปราปไพรี และคณะ, 2550) ทั้งนี้เพื่อมุ่งพัฒนาความรู้และทักษะแก่ชุมชน การสร้างเครือข่ายภายในและภายนอกชุมชนและยกระดับโฮมสเตย์ให้ได้มาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้นในการพัฒนาศักยภาพโฮมสเตย์นั้นจำเป็นต้องพัฒนาทักษะและความรู้ให้แก่ชุมชนและโฮมสเตย์ในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับการเข้าสู่มาตรฐานสากลของโฮมสเตย์ไทยและเป็นการปรับตัวของโฮมสเตย์ไทยตามยุคสมัย

4. สร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักโฮมสเตย์และท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อความยั่งยืนของโฮมสเตย์ อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ วิถีถิ่น ขนบธรรมเนียมประเพณีที่โดดเด่นและดั้งเดิมของชุมชน นอกจากการสร้างจิตสำนึกแล้ว ควรมีระบบที่เอื้อให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมพัฒนาโฮมสเตย์ชุมชน ทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่อันเป็นการสร้างความรู้สึกผูกพันไปอย่างแนบชิด ซึ่งพบว่ามีความสัมพันธ์คล้อยกับผลงานวิจัยของ พงศ์เสวก เอนกจางค์พร (2561) ที่ว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวที่จะต้องมีส่วนช่วยให้มีเศรษฐกิจพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจของชุมชน รวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นตลอดจนการส่งเสริมการเรียนรู้ในหลาย ๆ ด้าน และมีโอกาสได้แสดงความสัมพันธ์ที่ดีกับคนในชุมชนและคนในท้องถิ่นรวมถึงมีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการแสดงพฤติกรรมที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีตประเพณี และความเชื่อของชุมชน จึงเป็นอีกหนทางหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพโฮมสเตย์โดยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อเอกลักษณ์ชุมชน (สงกรานต์ ฤกษ์แก้ว, 2552)

5. สร้างการเชื่อมโยงและบูรณาการโฮมสเตย์กับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวที่มุ่งความยั่งยืนของชุมชน (Sustainable Tourism) การท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) ที่คำนึงถึงการรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติและส่งผลกระทบท่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด (กรวรรณ สังขกร และคณะ, 2555) นอกจากนี้ยังสามารถบูรณาการกับการท่องเที่ยวทางอาหาร การ

ท่องเที่ยว ไวน์และเครื่องดื่ม การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยวท้องถิ่นชนบท การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ตลอดจนการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวตามรอยละคร เป็นต้น เพื่อเป็นการกระตุ้นและต่อยอดโหมสเตย์ให้เป็นที่รู้จักได้อย่างรวดเร็วและเกิดความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิรงรอง มงคลธรรม (2551) และ สุดาวลัย จิรวัฒนาภิตติ (2552) ซึ่งกล่าวไว้ว่า การบูรณาการแนวคิดต่าง ๆ กับการศึกษาโหมสเตย์เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยรักษาทุนวัฒนธรรมของชุมชนไม่ให้สูญหายและเสื่อมโทรมไปตามกาลเวลา โดยการเลือกใช้แนวคิดด้วยความเข้าใจบริบทของชุมชนอย่างแท้จริง คำนึงถึงสภาพความพร้อมและศักยภาพของชุมชนจากที่กล่าวมาข้างต้นนี้จะช่วยสร้างแนวทางการจัดการที่พักแบบโหมสเตย์ให้คงเสน่ห์ มีอัตลักษณ์และแตกต่าง เพื่อให้ตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเน้นจุดขายอยู่ที่วิถีชีวิตความดั้งเดิมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ โดยคำนึงถึงความพร้อม ความรู้ ความเข้าใจของชุมชนนี้เป็นสำคัญ ชุมชนต้องเข้มแข็งก่อน มีความรู้เท่าทันสิ่งที่น่าสนใจไปสู่ความเปลี่ยนแปลง และเข้าใจวัตถุประสงค์ของสิ่งที่ตนกำลังดำเนินการ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโหมสเตย์

ความหมายของโหมสเตย์

“โหมสเตย์” เป็นที่พักแรมรูปแบบหนึ่งสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลายทั้งความหมายที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันไปดังนี้

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) ได้ให้ความหมายว่า โหมสเตย์เป็นบ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้าน และมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยวโดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม ราชกิจจานุเบกษา (2555) ระบุว่า การท่องเที่ยวแบบโหมสเตย์ ถูกนิยามไปตามบทนิยามคำว่า “โรงแรม” แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน โดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือสามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวพักได้ชั่วคราว ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง มีผู้พักรวมกันไม่เกิน 20 คน โดยมีค่าตอบแทน และจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริมและได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยวตามหลักเกณฑ์ที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด

ถิรพร แสงพิรุณ และสุนนรติ นิมเนตพันธ์ (2558) ได้ให้ความหมายว่า โฮมสเตย์ เป็นบ้านที่มีความพร้อมสำหรับการแบ่งพื้นที่ของบ้านพักอาศัยเพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวเสมือนเป็นสมาชิกหรือญาติของเจ้าของบ้านพัก ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ ได้แก่

- 1) การพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจ
- 2) ความเป็นมิตรไมตรี
- 3) ความสุภาพอ่อนโยนของเจ้าของบ้านและท้องถิ่น
- 4) ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 5) การศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรม
- 6) ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว
- 7) กิจกรรมการท่องเที่ยว
- 8) ความสะดวกสบายของที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก

จะอยู่ภายใต้บัญญัติ 10 ประการของการจัดการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ ประกอบด้วย

- 1) เตียงนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล
- 2) ห้องอาบน้ำและห้องสุขาที่สะอาด
- 3) อาหารพื้นบ้านง่าย ๆ แต่ปรุงมาอย่างถูกสุขลักษณะ
- 4) ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สงบและสวยงาม
- 5) ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
- 6) กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่
- 7) ร้านค้าทั่วไปและร้าน จำหน่ายของที่ระลึก
- 8) ความบันเทิง เช่น ดนตรีพื้นบ้าน การละเล่นพื้นบ้าน
- 9) ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- 10) ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าของบ้าน

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2558) ได้ให้ความหมายว่า โฮมสเตย์ เป็นสถานที่พักแรมซึ่งผู้พักแรมจะได้รับการปฏิบัติประหนึ่งเป็นสมาชิกในครอบครัวด้วยความเต็มใจของเจ้าของบ้านในการอำนวยความสะดวกและบริการให้คำแนะนำต่าง ๆ ทำให้ผู้พักแรมได้มีโอกาสใกล้ชิดสัมผัสวัฒนธรรมชาติเรียนรู้วิถีชีวิตประเพณีและวัฒนธรรมในท้องถิ่นชนบท

กรประพัทธ์ร์ เขียวหอม และพรพันธุ์ เขมคุณาศัย (2560) ได้ให้ความหมายว่า โฮมสเตย์ เป็นทั้งสถานที่พักแรมเพื่อการท่องเที่ยวและสถานที่พักแรมเพื่อการศึกษา ทำให้ผู้พักแรมได้รับประสบการณ์และมีส่วนร่วมในการเรียนรู้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นวัฒนธรรมและวิถีชีวิตในชุมชน หรือได้มีโอกาสเข้าร่วมพิธีกรรมและประเพณีของท้องถิ่นอีกด้วย โดยมีเจ้าของบ้านและชุมชนนี้เป็นผู้คอย

ให้คำแนะนำรายละเอียดต่าง ๆ ในท้องถิ่น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวจะต้องจ่ายค่าตอบแทนให้แก่เจ้าของบ้านอย่างเหมาะสมและเป็นไปตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547

กนกรัตน์ ดวงพิกุล และจารุพันธ์ เมระพันธ์ (2561) ได้ให้ความหมายว่า โฮมสเตย์เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism-CBT) รูปแบบของสถานที่พักที่ได้รับความนิยมอย่างมากในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โฮมสเตย์เป็นการผสมผสานกันระหว่างการท่องเที่ยวและสถานที่พักผ่อนซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่การกินการดำรงชีวิตประจำวันตลอดจนประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นที่เป็นชีวิตจริง

สรุปได้ว่า โฮมสเตย์ หมายถึง สถานที่พักแรมที่ได้สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้ทั้งการพักผ่อนและศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต สังคม ประเพณี วัฒนธรรม มีโอกาสเข้าร่วมพิธีกรรมและประเพณีของท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การมีส่วนร่วม ตลอดจนมีความใกล้ชิดกับเจ้าของบ้าน และชุมชนนี้เป็นอย่างมาก โดยชาวบ้านและชุมชนจะคอยให้คำแนะนำรายละเอียดต่าง ๆ ในท้องถิ่นให้กับแนวโน้มทิศทางของโฮมสเตย์ในประเทศไทย ช่วงคาบเกี่ยวข้องแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 - 2549) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการนำกระแสแนวคิดใหม่ ๆ มาบูรณาการและปรับใช้ในการศึกษาโฮมสเตย์ดังเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ภูมิปัญญาท้องถิ่น และส่งเสริมให้องค์กรชุมชนในท้องถิ่นได้มีบทบาท และมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น จะเห็นได้จากในปี พ.ศ. 2549 สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้มีโครงการส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนากลุ่มโฮมสเตย์ทั่วประเทศ เพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมให้แก่กลุ่มโฮมสเตย์โดยส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐระดับ ท้องถิ่น เข้ามามีบทบาทในการควบคุมดูแลมากขึ้น และเมื่อ พ.ศ. 2551 สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวได้ประกาศกำหนดมาตรฐานบริการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ขึ้น โดยเน้นเรื่องการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณีประจำท้องถิ่น และการรักษาวิถีชุมชนให้ดำเนินไปอย่างปกติ จากการค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์ ตั้งแต่ พ.ศ. 2504 - 2561 สังเคราะห์ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์ไว้ได้ดังนี้ (สริตา ศรีสุวรรณ และบงกช เดชมิตร, 2562)

1) ด้านอธยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน การต้อนรับ และการสร้างความคุ้นเคย ความสะอาด ความปลอดภัย ความมีมาตรฐาน การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ในวิถีชีวิตของ ชุมชน จะทำให้เกิดการกลับมาใช้ซ้ำ

2) ด้านวัฒนธรรม เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วิถีถิ่นวิถีไทย การดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรม และประเพณีของท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติของท้องถิ่น การรักษาวิถีชีวิตชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ ความดั้งเดิม และความสงบเรียบง่ายของชนบทเป็นเสน่ห์ที่น่าหลงใหล

3) การสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึกของฝาก หรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ด้านการสร้างคุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนโดยต่อยอดจากสิ่งที่มีและพัฒนาเชื่อมโยงกับโฮมสเตย์ ตลอดจนบูรณาการกับโฮมสเตย์ในชุมชนใกล้เคียง รวมถึงการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ

4) การบริหารจัดการของกลุ่มโฮมสเตย์ การรวมกลุ่มของชาวบ้าน คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์ กฎกติกาการทำงานของคณะกรรมการการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม โปร่งใส มีระบบการจอง การลงทะเบียน การมัดจำล่วงหน้า และรายละเอียดของค่าธรรมเนียม และบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน ตลอดจนร่วมมือกับภาคีที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน

5) การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์และเพื่อการประชาสัมพันธ์ ทำการตลาด ออนไลน์ ให้ตรงกับ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อลดการสูญเสียของทรัพยากรทางธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

สรุปแนวโน้มทิศทางของโฮมสเตย์ในประเทศไทยในอนาคตต้องมีการพัฒนาศักยภาพโฮมสเตย์ให้เข้าสู่ มาตรฐานระดับสากล ทั้งนี้ต้องรักษาจุดสมดุลของวิถีชุมชนในมิติทางสังคม วัฒนธรรม ที่มีการเปลี่ยนผ่านของแต่ละยุคสมัย รักษาอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ คงเสน่ห์ท้องถิ่นไทย และพยายามค้นหาความแตกต่างที่โดดเด่นมา เป็นจุดพัฒนาต่อยอดให้กับโฮมสเตย์เน้นความร่วมมือของคนในชุมชน เน้นการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวใน รูปแบบต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงส่งเสริมประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จับกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีเป้าหมายและมีใจรักอยากจะมาสัมผัสวัฒนธรรม และวิถีถิ่นอย่างแท้จริง ข้อควรปฏิบัติระหว่างท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์

การท่องเที่ยวโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการรักษาขนบธรรมเนียมและประเพณีของชุมชน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงควรศึกษาข้อควรปฏิบัติระหว่างท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ ดังนี้ (พงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี, 2564)

1) หากเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่มีรูปแบบโฮมสเตย์ คือไปพักอาศัยอยู่กับชาวบ้าน เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน ควรฝึกตนให้เป็นคนอยู่ง่าย รับประทานอาหารง่าย ปฏิบัติตามกฎระเบียบของหมู่บ้าน เคารพในสิทธิของเจ้าของพื้นที่และไม่ทำในสิ่งที่ขัดแย้งกับข้อปฏิบัติของชุมชนไม่ลบหลู่ความเชื่อของผู้คนในท้องถิ่น

2) อาหารของบางท้องถิ่นอาจไม่เหมือนที่เราคุ้นเคย อย่าพยายามฝืนให้เจ้าของสถานที่ปรุงแต่ง เปลี่ยนรูปแบบเป็นรสชาติสากล เพราะจะไม่หลงเหลือความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

3) การเข้าไปในแหล่งงานหัตถกรรม หมู่บ้านที่ผลิตงานหัตถกรรมต่าง ๆ ควรสนใจที่จะเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานฝีมือนั้นด้วย เพื่อจะได้ทราบว่างานฝีมือแต่ละชิ้นกว่าจะสำเร็จต้องใช้ความเพียรพยายามเพียงใด เพื่อความภาคภูมิใจที่จะได้เป็นเจ้าของงานสักชิ้นหนึ่ง

4) ศึกษาและเรียนรู้เรื่องราวที่พบเห็น เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณีความเชื่อ การแต่งกาย ซึ่งเป็นความแตกต่างของผู้คนแต่ละเผ่าพันธุ์ เพื่อการท่องเที่ยวได้มีคุณค่ามากขึ้น

5) สิ่งของอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไม่ควรนำมาครอบครองเป็นสมบัติส่วนตัว ควรเก็บไว้ในที่เดิม เพื่อให้เป็นสมบัติของส่วนรวมตลอดไป

6) ช่วยกันรักษาวัฒนธรรมอันดีงามของคนในชนบท ด้วยการปฏิบัติตามคำแนะนำต่าง ๆ ที่ได้ศึกษามา อย่าส่งเสริมให้มีการยึดถือวัตถุมากกว่าน้ำใจ เพื่อให้ความมีน้ำใจและความเอื้ออาทรยังคงอยู่เป็นเสน่ห์ของสังคมไทยตลอดไปความเป็นอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์

ความเป็นอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์นั้น อาจจะต้องเสริมกิจกรรมที่บ่งบอกถึง อัตลักษณ์ที่แท้จริงของชุมชนได้ ยกตัวอย่าง 3 ด้าน ดังนี้ (ราชกิจจานุเบกษา, 2555)

1) ด้านที่พัก นอกเหนือจากกฎเกณฑ์ด้านการจัดสัดส่วนที่พักแล้ว โฮมสเตย์ควรจะต้องคงไว้ซึ่งลักษณะดั้งเดิมของตัวบ้าน เช่น รูปแบบบ้านยกใต้ถุนสูงของบ้านในภาคกลาง สูงจากพื้นดินประมาณพื้นศีรษะรวมทั้งระเบียงและชานก็ยกสูงด้วย โดยการยกใต้ถุนสูงนี้มีระดับลดหลั่นกันได้ประโยชน์คือช่วยให้ลมพัดผ่านจากใต้ถุนขึ้นมาข้างบน (วินัย หมั่นคิดธรรม, 2555) ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม ก็เป็นส่วนหนึ่งที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์และความเป็นตัวตนของชุมชนนั้น ๆ ได้ เพียงแค่จัดระบบการให้บริการที่พักให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์

2) ด้านอาหาร โดยเกณฑ์มาตรฐานกำหนดให้อาหารที่นำมาบริการนักท่องเที่ยวจะต้องสะอาด มีห้องครัวและอุปกรณ์ที่ถูกสุขลักษณะ รวมถึงบรรจุภัณฑ์จะต้องสะอาดและปลอดภัยด้วย มากไปกว่านั้นรายการที่นำเสนอให้นักท่องเที่ยวควรจะต้องเป็นอาหารที่ให้แก่คนในบ้านนั้นรับประทานอยู่ เป็นปกติดังเช่น กลุ่มโฮมสเตย์บ้านภูอำเภอนองสูง จังหวัดมุกดาหาร ของชาวภูไท จะทำการจัดสำหรับอาหารเย็นให้แก่นักท่องเที่ยวโดยหนึ่งในรายการคือ แกงหวาย ซึ่งเป็นอาหารที่ชาวบ้านจะทำกินในช่วงที่มีงานบุญ ซึ่งถือว่าชาวผู้ไทบ้านภูได้นำเสนอ “อัตลักษณ์เชิงรูปธรรม” ซึ่งผู้มาเยือนสามารถเห็นได้อย่างเด่นชัดภายใต้บริบทการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน (พรรณปพร ภิรมย์วงศ์, 2552)

3) ด้านรายการนำเที่ยว ซึ่งจะเห็นได้ชัดว่าชุมชนสามารถบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของตนผ่านกิจกรรมนำเที่ยวได้มากมาย เช่น พื้นที่จังหวัดเลยที่มีความหลากหลายของภูมิประเทศ ไม่ว่าจะเป็นภูเขา ถ้ำหรือน้ำตก ทำให้สามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถสอดแทรกความเป็นอัตลักษณ์ชุมชนได้หลากหลาย เช่น อำเภอด่านซ้ายได้จัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว 4 เส้นทางโดยนักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาและชมการทำมะพร้าวแก้ว การทำผาสาดลอยเคราะห์ บ้านต้นหล้า อำเภอเชียงคาน เป็นต้น

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

หมู่บ้านแม่กำปองมีอายุกว่า 100 ปีเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวที่ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีนักท่องเที่ยวบางส่วน ต้องการพักค้างคืนเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชุมชนทำให้คุณพรมมินิทร พวงมาลา ซึ่งในขณะนั้นดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้านได้มีความคิดริเริ่มที่จะทำหมู่บ้านโฮมสเตย์ขึ้น โดยได้รวมตัวกับสมาชิกในหมู่บ้านและคณะกรรมการหมู่บ้านจัดตั้งหมู่บ้านโฮมสเตย์ขึ้นในวันที่ 10 ธันวาคม 2543 มีจำนวน 16 หลังคาเรือน และได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานสหกรณ์จังหวัดเชียงใหม่ และกรมส่งเสริมสหกรณ์ให้เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) วิถีชีวิตของชุมชนประกอบอาชีพทำเหมือง ปลูกต้นเหมียง และถูกนำมาจัดเป็นกิจกรรมของโฮมสเตย์ซึ่งยึดถือแนวทางตามแนวพระราชดำรัส "เศรษฐกิจพอเพียง" ด้วยสภาพภูมิประเทศของหมู่บ้านแม่กำปองที่ตั้งอยู่ในหุบเขา ท่ามกลางภูเขาล้อมรอบแทบทั้งสี่ด้าน ทำให้หมู่บ้านแม่กำปองมีอากาศเย็นสบาย ค่อนข้างหนาวในฤดูหนาว และมีทัศนียภาพที่สวยงาม ชาวบ้านอยู่กันแบบเรียบง่าย จัดที่หลับที่นอนให้แก่ผู้มาเยือนได้พักผ่อนอย่างสบาย แต่ก็ไม่ทิ้งวิถีชีวิตของชาวบ้าน เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวที่แนะนำกันแบบปากต่อปาก โดยกิจกรรมท่องเที่ยว ในชุมชนบ้านแม่กำปองที่นักท่องเที่ยวจะได้มีส่วนร่วมนั้นก็น่าสนใจเช่นกัน โดยจะมีทั้งการท่องเที่ยววิถีชีวิตของชุมชน การเก็บใบชา ใบเหมียง การทำเหมียง การทำสมุนไพร การปลูกกาแฟ ซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวบ้าน และหากนักท่องเที่ยวอยากชมการแสดงฟ้อน หรือการแสดงดนตรีพื้นเมืองก็สามารถทำได้เช่นกัน รวมทั้งในตอนเช้าก็จะมีการทำบุญตักบาตรร่วมกับเจ้าของบ้านอีกด้วยทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติภายในหมู่บ้านก็ยังมี “น้ำตกแม่กำปอง” ซึ่งมีสายน้ำไหลตลอดทั้งปี มีความสูง 7 ชั้นด้วยกัน บนชั้นที่ 7 มีแอ่งน้ำสามารถลงเล่นน้ำได้ นอกจากนี้ก็ยังมีเส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติทั้งระยะใกล้และไกล โดยระยะใกล้จะสามารถเดินขึ้นถึง “ดอยม่อนล้าน” ยอดเขาที่สูงจากระดับน้ำทะเล 1,700 เมตร ในวันที่อากาศดีจะสามารถมองเห็นทิวทัศน์ ได้ทั้ง 3 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ลำพูนและลำปาง นอกจากนี้บนยอดดอยม่อนล้านก็ยังมีสวนสน สวนสมเด็จย่า และลานของศูนย์พิทักษ์ป่าซึ่งสามารถกางเต็นท์พักแรมชมบรรยากาศบนยอดดอยได้ และที่น่าสนใจคือในช่วงฤดูหนาวประมาณเดือนธันวาคมถึงเดือนมกราคม ต้นพญาเสือโคร่งหรือต้นซากุระเมืองไทยก็จะออกดอกสีชมพูบานสะพรั่งสวยงามมากทีเดียว (GowithAmp, 2560; กรุงเทพฯธุรกิจ, 2560)

สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านแม่กำปอง

จากการโครงการวิจัย การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงภายใต้พลวัติของการเปลี่ยนแปลง ของบ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้วอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า (วรพงศ์ ผูกู้ และคณะ, 2564) บ้านแม่กำปองมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ประกอบด้วย การเที่ยวชม

วิถีชีวิตในชุมชน เช่น การทำเมี่ยง ทำสมุนไพร ทำกาแพ ทำหมอนใบชา การจักสาน เส้นทางเดินศึกษาธรรมชาติตามเส้นทางเดินป่า และจุดชมวิวยอดดอยม่อนล้าน ในส่วนของสถานที่และสาธารณูปโภครองรับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ประกอบด้วย สถานที่จอดรถยนต์สาธารณะ จำนวน 3 จุด รองรับรถยนต์ได้จำนวน 70 คัน ห้องน้ำสาธารณะจำนวน 3 จุดรวม 32 ห้อง บ้านพักโฮมสเตย์จำนวน 22 หลัง และบ้านพักรายวันจำนวน 46 หลัง บ้านแม่กำปองมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้ระบบคณะกรรมการหมู่บ้าน โดยมีผู้ใหญ่บ้านเป็นประธาน และมีรองประธานทำหน้าที่ประธานกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน คณะกรรมการหมู่บ้านประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวน 2 คน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านจำนวน 2 คน ประธานกลุ่มแม่บ้าน ประธานกลุ่มผู้สูงอายุ ประธานกลุ่มเยาวชน เลขานุการและเหรัญญิก โดยมีกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการการท่องเที่ยวประกอบด้วย

- 1) กลุ่มโฮมสเตย์
- 2) กลุ่มนักร้องความหมายชุมชน
- 3) กลุ่มนวดแผนไทย
- 5) กลุ่มสมุนไพรพื้นบ้าน
- 6) กลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์หมอนใบชา
- 7) กลุ่มสะล้อ ซอ ซึง และการแสดงพื้นบ้าน

การบริหารจัดการรายได้ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวอยู่ภายใต้กลไกการบริหารของสหกรณ์ไฟฟ้าพลังน้ำโครงการหลวงแม่กำปองโดยมีการจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่สมาชิกสหกรณ์ ดังนี้ เข้าสหกรณ์ไฟฟ้าพลังน้ำร้อยละ 30 (ปันผลเมื่อสิ้นปีให้กับสมาชิกสหกรณ์) พัฒนาหมู่บ้านร้อยละ 20 คณะทำงานร้อยละ 25 จัดสวัสดิการชุมชนร้อยละ 15 เบี้ยประชุมคณะกรรมการร้อยละ 10 ชาวบ้านมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุม และกิจกรรมการพัฒนาของชุมชนจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านความพึงพอใจในการบริหารจัดการชุมชน การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ของสมาชิกชุมชนบ้านแม่กำปอง และความต้องการในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาการท่องเที่ยวพบว่า ประชากร จำนวน 105 ครั้วเรือน ในหมู่บ้านแม่กำปอง มีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการชุมชน ในประเด็นกฎระเบียบของชุมชนในการควบคุมดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด และมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ส่งผลดีต่อครอบครัวในด้านของปัญหาที่ต้องการแก้ไขโดยด่วนคือปัญหาด้านการจราจร และปัญหาด้านการจัดการขยะจากการเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่บ้านแม่กำปองที่พักค้างคืน และไม่พักค้างคืน หรือนักทัศนาจร ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านแม่กำปองแบบไม่พักค้างคืน หรือนักทัศนาจร จำนวน 149 คนพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาเที่ยวกับเพื่อน (ร้อยละ 35.29) เดินทางพร้อมครอบครัว (ร้อยละ 34.31) และเดินทางพร้อมคู่รัก (ร้อยละ 16.67) โดยมี

วัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 46.11) ชมวิวทิวทัศน์ธรรมชาติของบ้านแม่กำปอง (ร้อยละ 23.35) และเยี่ยมชมวิถีชุมชน (ร้อยละ 13.17) ตามลำดับนักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลบ้านแม่กำปองจากสื่อออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ Facebook (ร้อยละ 29.58) สื่อเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง (ร้อยละ 20.42) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกที่จะพักที่พักแบบโฮมสเตย์ (ร้อยละ 54.60) โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจเข้าเยี่ยมชมมากที่สุดคือนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังสนใจจะมาเยี่ยมชมดูหมู่บ้าน ร้านกาแฟยังเป็นจุดท่องเที่ยวใหม่ที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจมาเยี่ยมชมบ้านแม่กำปอง โดยเฉพาะร้านกาแฟชนบทที่ไม่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวพอ ๆ กับน้ำตกแม่กำปอง (ร้อยละ 14.19) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านแม่กำปองแบบพักค้างคืน มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน และชมวิวทิวทัศน์ธรรมชาติของบ้านแม่กำปองนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลบ้านแม่กำปองจากสื่อออนไลน์เป็นหลัก โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะ Facebook (ร้อยละ 32.51) ทั้งเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง (ร้อยละ 21.18) สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวของบ้านแม่กำปองที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวไปเที่ยวแม่กำปองคือแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ร้อยละ 40) เป็นหลัก ตามมาด้วยความสนใจในวิถีชุมชน (ร้อยละ 27.67) และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (ร้อยละ 14) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวแบบไปกลับจำนวน 100 คนพบว่า มีวัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวบ้านแม่กำปองเพื่อการร้อยละ 19 รองลงมาคือการเยี่ยมชมน้ำตก , การมาเพื่อค้างคืน, การเยี่ยมชมวิถีชุมชน, การเยี่ยมชมวิวทิวทัศน์ธรรมชาตินักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบ้านแม่กำปองผ่านทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 40 พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ มากกว่าร้อยละ 80 ได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่หมู่บ้านแม่กำปอง ที่ตรงกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องธรรมชาติของพื้นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนจำนวน 100 คนพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน, การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ/วัฒนธรรม, การท่องเที่ยวรูปแบบอาสาสมัคร เป็นต้น และพบว่า นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในรูปแบบ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้เป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 77 โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน ส่วนใหญ่นิยมมาเที่ยวกับกรุ๊ปทัวร์และเพื่อน เป็นอัตราส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมา คือมากับคู่รัก และครอบครัวคิดเป็นอัตราส่วนร้อยละ 21 และ 7 ตามลำดับ ซึ่งรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของบ้านแม่กำปองจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาคือผ่านทางบริษัทนำเที่ยวร้อยละ 21 และไกด์นำเที่ยว ร้อยละ 19 และอื่น ๆ ร้อยละ 18 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ้านแม่กำปอง เพื่อการพักโฮมสเตย์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21 และนิยมเดินทางด้วยการเช่ารถ คิดเป็นร้อยละ 58 มีความ

ชื่นชอบในการชมวีทิวทัศน์ กิจกรรมชิปไลน์และรับประทานอาหารท้องถิ่น โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,048.75 บาทต่อคน และกว่าร้อยละ 91 ระบุว่าอยากกลับมาเที่ยวบ้านแม่กำปองอีก

ข้อมูลการสำรวจความเห็นของประชาชนจังหวัดเชียงใหม่ที่ใช้แบบสอบถามออนไลน์ พบว่า รับรู้เรื่องราวการท่องเที่ยวของบ้านแม่กำปองในด้านธรรมชาติคิดเป็นร้อยละ 68.30 แหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนร้อยละ 62.40 และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีบ้านพักโฮมสเตย์ ร้อยละ 60.40 ตามลำดับ โดยรับรู้จากการรีวิวข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ (Social media) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 87.10 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวบ้านแม่กำปอง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 77.6 โดยมีความคิดเห็นว่าจะแนะนำให้บุคคลอื่นไปท่องเที่ยวบ้านแม่กำปองโดยชื่นชอบบรรยากาศธรรมชาติในลำดับแรก คิดเป็นร้อยละ 88.80 เป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชนร้อยละ 59.20 ในกรณีที่ไม่เคยเดินทางไปท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านแม่กำปอง ผู้ตอบแบบสอบถามให้เหตุผลว่าการเดินทางไม่สะดวกเป็นลำดับแรก คิดเป็นร้อยละ 42.90

ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด19

ข้อในปัจจุบันมุลสถานการณ์โควิด19

ไวรัสโคโรนาเป็นไวรัสในสัตว์ มีหลายสายพันธุ์ โดยปกติไม่ก่อโรคในคน แต่เมื่อกลายพันธุ์เป็นสายพันธุ์ใหม่ที่ก่อโรคในมนุษย์ได้ (ซึ่งมักเกิดจากการจัดการที่ผิดธรรมชาติโดยมนุษย์) ในขณะที่มนุษย์ยังไม่รู้จักและไม่มีภูมิคุ้มกัน ก็จะเกิดการระบาดของโรคในคน โรคโควิด -19 (COVID-19, ย่อจาก Coronavirus disease 2019) เป็นโรคติดเชื้อทางเดินหายใจที่เกิดจากไวรัสโคโรนา ซึ่งมีชื่อทางการว่า SARS-CoV-2 ทำให้เกิดไข้ ไอ และอาจมีปอดอักเสบ เริ่มพบผู้ป่วยครั้งแรกเมื่อเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562 (ค.ศ. 2019) ที่เมืองอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ ภาคกลางของประเทศจีน มีคนป่วยหนักและตายมากเกินที่ควรจะเป็น จนประเทศจีนต้องปิดเมืองและปิดประเทศต่อมา ขณะนี้ ประเทศจีนสามารถควบคุมได้ จนแทบจะไม่มีผู้ป่วยรายใหม่ แต่โดยธรรมชาติแล้ว จะยังมีผู้ที่มีเชื้ออยู่ ผู้ป่วยรายแรกที่ได้รับการรักษาในประเทศไทย เป็นคนจีนที่รับเชื้อจากการระบาดในประเทศจีน และได้เดินทางมาประเทศไทย หลังจากนั้น มีผู้ป่วยอีกหลายรายที่มาจากประเทศอื่น ส่วนผู้ป่วยที่ติดเชื้อในประเทศไทยรายแรก มีการรายงานเมื่อ 31 มกราคม 2563 โรคนี้เกิดจากไวรัสโคโรนา (Corona virus) ที่กลายพันธุ์ธรรมชาติเป็นสายพันธุ์ใหม่ ไวรัสสายพันธุ์ใหม่ที่ก่อโรคในคน และคนไปรับเชื้อมาแพร่ระหว่างคนสู่คน ทั้งนี้ต้องรอการพิสูจน์ต่อไป เคยมีเหตุการณ์ที่คล้ายคลึงกันจากไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ที่เกิดขึ้นในอดีต คือการเกิดโรค SARS (พ.ศ. 2545) และ MERS (พ.ศ. 2557) ซึ่งทั้งสองโรคนั้น ผู้ป่วยมีอาการหนักทั้งหมดและต้องอยู่ในโรงพยาบาล จึงสกัดการแพร่โรคได้ไม่ยากนัก การระบาดที่ใกล้เคียงกับครั้งนี้มากที่สุด คือการระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 (Influenza A

(H1N1) pdm09 virus) ใน พ.ศ. 2552 ซึ่งเริ่มจากอเมริกาแล้วระบาดหนักไปทั่วโลก แต่คนที่ติดเชื้อโคโรนาไวรัสสามารถแพร่เชื้อได้ในช่วงเวลาของการติดเชื้อได้นานกว่า การระบาดจึงน่าจะกว้างขวางกว่า และควบคุมยากกว่า ในขณะที่ โครโควิด -19 ได้ระบาดไปทั่วโลกแล้ว วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2563 ได้มีการกำหนดชื่อโรคและชื่อไวรัสอย่างเป็นทางการดังนี้ (คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล, 2563)

1) โรค COVID-19 (Corona Virus Disease 2019) กำหนดชื่อโดยองค์การอนามัยโลก (WHO)

2) ไวรัส SARS-CoV-2 (Severe Acute Respiratory

Syndrome Corona Virus 2) กำหนดชื่อโดยคณะกรรมการระหว่าง ประเทศว่าด้วยอนุกรมวิธานของไวรัส (ICTV) โดยที่ช่วงแรกของการระบาด ใช้ชื่ออย่างไม่เป็นทางการเช่น ไวรัสอยู่ฮัน 2019-nCoV (2019 novel coronavirus หรือไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019) แต่มักจะเรียกกันง่ายกว่าไวรัสโคโรนา 19 ส่วนไวรัส SARS-Co-1 คือไวรัสที่เป็นสาเหตุของโรคติดเชื้อทางเดินหายใจรุนแรงหรือSARS ที่ระบาด ใน พ.ศ. 2545 -2546 ไวรัสที่ก่อโรคระบาดในครั้งนี้จึงเป็นชนิดที่ 2 หรือ SARS-CoV2ไวรัส SARS-CoV-2 เป็นเชื้อโรคที่ต้องอยู่ในเซลล์เนื้อเยื่อ หรือมีเมื่อกลุ่มอยู่ เช่น เสมหะไม่สามารถอยู่เป็นอิสระ นอกจากนี้ยังเป็นไวรัสที่เกาะด้านนอกเป็นไขมัน ซึ่งจะสลายตัวเมื่อสัมผัสกับสารซักฟอก หรือสบู่ไวรัสโคโรนา ที่ก่อโรคในมนุษย์ในขณะนี้ทั้งหมด 7 ชนิด

ชนิดที่ 1-4 : โรคหวัดธรรมดา

ชนิดที่ 5 : โรค SARS (ซาร์) จากไวรัสสายพันธุ์ใหม่ เมื่อ พ.ศ. 2545 -2546

ชนิดที่ 6 : โรค MERS (เมอร์ส) จากไวรัสสายพันธุ์ใหม่ เมื่อ พ.ศ. 2557

ชนิดที่ 7 : โรค COVID-19 (โคโรนา -19) จากไวรัสสายพันธุ์ใหม่ในปัจจุบัน

มาตรการผ่อนคลายนโยบายการควบคุมการแพร่ระบาดโคโรนาไวรัส 19

ราชกิจจานุเบกษา (2565) รัฐบาลโดยข้อเสนอของฝ่ายสาธารณสุขจึงได้พิจารณาผ่อนคลายนโยบายการควบคุม และเผยแพร่ ข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 44) เป็นการออกมาตรการผ่อนคลายนโยบายการแพร่ระบาดไวรัส "โคโรนา" หลายมาตรการด้วยกัน เพื่อเป็นการต้อนรับการ "เปิดประเทศ" 1 พ.ค. 65 มีใจความว่า ตามที่ได้มีประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักรตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2563 และต่อมาได้ขยายระยะเวลาการบังคับใช้ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินดังกล่าวออกไปอย่างต่อเนื่องเป็นระยะนั้น โดยที่สถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่คลี่คลายลง จากการตรวจพบผู้ติดเชื้อ "โคโรนา" และจำเป็นต้องเข้ารับการรักษาพยาบาลในจำนวนที่ลดลงอีกทั้ง ประชาชนกลุ่มเป้าหมายที่เข้ารับวัคซีนเข็มกระตุ้น (Booster

Dose) ได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น เพื่อฟื้นฟูความเป็นอยู่ของประชาชนให้ใกล้เคียงกับภาวะปกติและเพื่อให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการด้านสาธารณสุขอย่างมีประสิทธิภาพป้องกันโรคให้สอดคล้องกับสถานการณ์อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 และมาตรา 11 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ.2534 นายกรัฐมนตรีจึงออกข้อกำหนดและข้อปฏิบัติแก่ส่วนราชการทั้งหลายตามคำแนะนำของศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด19) (ศบค.) ดังต่อไปนี้

ข้อ 1 การปรับปรุงเขตพื้นที่จังหวัดตามพื้นที่สถานการณ์ และการกำหนดพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติม ให้ศบค. มีคำสั่งปรับปรุงเขตพื้นที่จังหวัด จำแนกตามเขตพื้นที่สถานการณ์ และกำหนดพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติม ตามบัญชีรายชื่อจังหวัดแนบท้ายคำสั่ง เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การระบาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและเป็นไปตามแผนการเปิดประเทศเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของรัฐบาล โดยให้นำมาตรการควบคุมแบบบูรณาการที่กำหนดไว้สำหรับพื้นที่สถานการณ์ระดับต่าง ๆ ข้อห้าม ข้อยกเว้น และข้อปฏิบัติที่ได้ประกาศไว้แล้วก่อนหน้านี้มาใช้บังคับเท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับข้อกำหนดนี้

ข้อ 2 การขยายเวลาการบังคับใช้มาตรการควบคุมและป้องกันโรค ให้บรรดามาตรการควบคุมแบบบูรณาการข้อห้าม ข้อยกเว้น และข้อปฏิบัติสำหรับพื้นที่สถานการณ์ระดับต่าง ๆ รวมทั้งมาตรการเตรียมความพร้อมตามข้อกำหนด (ฉบับที่ 37) ลงวันที่ 30 ตุลาคม พ.ศ. 2564 และมาตรการควบคุมแบบบูรณาการในพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวตามข้อกำหนด (ฉบับที่ 42) ลงวันที่ 21 มกราคม พ.ศ. 2565 ได้แก่ การห้ามจัดกิจกรรมที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่โรค กิจกรรมการรวมกลุ่มของ บุคคลที่สามารถจัดได้โดยไม่ต้องขออนุญาต มาตรการควบคุมแบบบูรณาการจำแนกตามพื้นที่สถานการณ์ มาตรการควบคุมแบบบูรณาการในพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว และมาตรการเฝ้าระวังเพื่อควบคุมการระบาดของโรคในสถานที่เสี่ยงต่อการแพร่โรครวมถึงบรรดามาตรการหลักเกณฑ์ หรือแนวปฏิบัติที่พนักงานเจ้าหน้าที่หรือหน่วยงานที่รับผิดชอบกำหนดขึ้นภายใต้ข้อกำหนดดังกล่าวยังคงมีผลใช้บังคับ เท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับข้อกำหนดนี้ ในส่วนของการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่าง ๆ ให้หัวหน้าส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐ เจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการภาคเอกชน พิจารณาเพื่อดำเนินมาตรการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่นอกสถานที่ตั้งหน่วยงานตามความเหมาะสม

ข้อ 3 การปรับปรุงมาตรการควบคุมแบบบูรณาการในพื้นที่เฝ้าระวังสูง และพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว ให้พื้นที่ที่ประกาศเป็นพื้นที่เฝ้าระวังสูงและพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว ดำเนินการตามมาตรการควบคุมแบบบูรณาการเพื่อการเปิดสถานที่กิจการและกิจกรรมสำหรับพื้นที่สถานการณ์ที่จำแนกเป็นเขตพื้นที่เฝ้าระวังสูงและเขตพื้นที่เฝ้าระวัง ตามที่ได้กำหนดไว้ในข้อ 3 และ

ข้อ 4 แห่งข้อกำหนด (ฉบับที่ 42) ลงวันที่ 21 มกราคม พ.ศ.2565 โดยให้ปรับมาตรการควบคุม ดังนี้ การบริโภคสุรา หรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในร้านจำหน่ายอาหาร หรือเครื่องดื่มที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เฝ้าระวังสูง พื้นที่เฝ้าระวัง และพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว ให้เปิดให้บริการได้เฉพาะร้านที่ผ่านการตรวจประเมินตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration) ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในระดับ SHA PLUS ขึ้นไป หรือผ่านการตรวจมาตรฐานความปลอดภัยป้องกันโรค COVID- 19รองรับสุขภาพวิถีใหม่ (Thai Stop Covid2 Plus) ของกระทรวงสาธารณสุขโดยกรมอนามัย หรือได้มีการดำเนินการตามมาตรการปลอดภัยสำหรับองค์กร (Covid Free Setting) ที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนดและจำกัดการให้บริการและบริโภคสุราหรือเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในร้านได้ไม่เกินเวลา 24.00นาฬิกาให้คณะกรรมการโรคติดต่อกรุงเทพมหานคร หรือคณะกรรมการโรคติดต่อจังหวัด แล้วแต่กรณีพิจารณากำหนดมาตรการควบคุมแบบบูรณาการเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละพื้นที่

ข้อ 5 การปรับปรุงการกำหนดผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร เพื่อประโยชน์ในการคัดกรองบุคคลที่เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร การควบคุมและการป้องกันมิให้เกิดการระบาดของโรคให้สอดคล้องกับสถานการณ์ระบาดในปัจจุบันและนโยบายการเปิดประเทศเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจของรัฐบาล ให้ยกเลิกความในข้อ 4 แห่งข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ.2548 (ฉบับที่ 40) ลงวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ.2564 และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

การกำหนดประเภทของผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร ผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร ซึ่งจะต้องดำเนินการตามมาตรการป้องกันโรคสำหรับผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรและหลักเกณฑ์การดำเนินการในสถานที่กักกันที่ทางราชการกำหนดเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด - 19) เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การระบาดที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ให้เป็นไปตามคำสั่งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด - 19) กำหนด โดยแบ่งตามประเภทของผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักร ดังต่อไปนี้

- 1) ผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งแสดงหลักฐานรับรองการได้รับวัคซีนป้องกันโรคโควิด -19 ครบตามเกณฑ์ที่ผู้ผลิตวัคซีน หรือที่ทางราชการกำหนด (Vaccinated Persons)
- 2) ผู้เดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรซึ่งมิได้แสดงหลักฐานรับรองการได้รับวัคซีนป้องกันโรคโควิด - 19 ครบตามเกณฑ์ที่ผู้ผลิตวัคซีน หรือที่ทางราชการกำหนด (Unvaccinated/ Not Fully Vaccinated Persons)
- 3) ผู้มีเหตุยกเว้นที่นายกรัฐมนตรี หรือหัวหน้าผู้รับผิดชอบในการแก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินกำหนดอนุญาต หรือเชิญเข้ามาในราชอาณาจักรตามความจำเป็น

ข้อ 6 การเตรียมความพร้อมรองรับการเปิดภาคเรียนที่ 1/2565 ให้กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมอนามัยร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการกระทรวงมหาดไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการเปิดภาคเรียนที่ 1/2565 โดยให้กำกับ ติดตาม ฝ้าระวัง และทบทวนมาตรการตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ COVID-19 กับสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน

โรคระบาดทั่ว (pandemic) มาจากรากศัพท์ภาษากรีก เป็นการระบาดของโรคติดต่อที่แพร่กระจายในประชากรมนุษย์ในบริเวณกว้าง เช่น กระจายไปทั่วทวีปหรือทั่วโลก โดยสภาพปัญหา COVID-19 ระบาด (กชนิภา อินทสุวรรณ, 2565) มีดังนี้

1) ด้านเศรษฐกิจ การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 กำลังส่งผลกระทบต่อไปทั่วโลก เป็นวงกว้างแล้วยังกระทบไปถึงการชะงักงันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่อง ทั้งการยกเลิกเที่ยวบิน การยกเลิกการจองโรงแรม การยกเลิกกิจกรรมต่าง ๆ ลามไปถึง การชะลอ การผลิตในภาคอุตสาหกรรมทั่วโลกที่อยู่ภายใต้ระบบห่วงโซ่คุณค่าโลก (Global Value Chain) อัน ส่งผลต่อเนื่องไปสู่ผลกระทบด้านการค้าและการลงทุนทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ นอกจากนี้ยังรวมถึง การหยุดกิจกรรมต่าง ๆ

2) ด้านสังคม ในปัจจุบันมีผู้ป่วยจากการติดเชื้อเป็นจำนวนมากขึ้นทุกวัน ย่อมส่งผลกระทบต่อไปสู่การสูญเสียรายได้ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในครัวเรือน โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีภูมิต้านทานค่อนข้างน้อยแล้วก็มีแนวโน้มของการติดเชื้อไวรัสนี้มากที่สุด โดยการสูญเสีย งานหรือรายได้นี้จะมีโอกาสเกิดขึ้นกับคนที่มีความยากจนที่เป็นแรงงานนอกระบบมากกว่าคนที่ มีรายได้ที่แน่นอนจากงานประจำเช่น ข้าราชการ เป็นต้น โอกาสเกิดขึ้นในประเทศที่ด้อยพัฒนาหรือ ประเทศที่กำลังพัฒนามากกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว อาทิ ปัญหาทางอาชญากรรม ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมที่นับวันจะเกิดช่องว่างระหว่างคนรวยและคนจนมากขึ้น ปัญหาทางครอบครัว ปัญหาการว่างงาน หรือตกงานเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงสุขภาพจิตที่เสื่อมไปจนกระทั่งมีข่าวของการตัดสินใจ จบชีวิตของตนเอง เพราะเหตุแห่งการบอบช้ำทางการเงินของตนเองและครอบครัวไม่มีทางออก เหมือนสุนัขที่จนตรอกทั้งนี้สิ่งที่รายรอบอยู่รอบตัวจำนวนที่มากขึ้นทุก ๆ วัน (พระมหาสุริยะ มหฺทโว, 2564)

แนวโน้มการท่องเที่ยว ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เปลี่ยนไปต้องคำนึงถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้ (กชนิภา อินทสุวรรณ, 2565)

1) มีระบบการติดต่อที่ทันสมัย โดยระบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องมีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่รวดเร็วและปลอดภัยสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยว และเป็นสากล ตลอดจนภาวะถูกฉ้อฉล

2) มีความสะอาดและทำลายเชื้อที่มีคุณภาพ สำหรับระบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในปัจจุบันต้องมีบริหารการฆ่าเชื้อตามสถานที่ท่องเที่ยว และระบบกลั่นกรองนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ปราศจากความเสี่ยงในการติดเชื้อร่วมถึงการบริการต่าง ๆ ทั้งภาชนะสำหรับใส่อาหาร การบริการเช่าห้องพัก หรือการบริการด้านอื่น ๆ ต้องมีระบบการควบคุมโรคตามมาตรการของรัฐอย่างเคร่งครัด

3) มีการสร้างระบบไร้เงินสดสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4) มีระบบเศรษฐกิจแบ่งปันที่เป็น Share economy แบบ Airbnb หรือ Homestay สร้างความไว้วางใจในมาตรฐานตามบริบทของทุกพื้นที่และมีมาตรฐานด้านการจัดการภัยพิบัติอย่างมีประสิทธิภาพผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าหากมีการบริหารจัดการตามที่กล่าวมาเบื้องต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็สามารถปรับตัวเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ปัจจุบันและสร้างความไว้วางใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

ดังนั้นการบริหารจัดการตามที่กล่าวมาเบื้องต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็สามารถปรับตัวเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ปัจจุบันและสร้างความไว้วางใจให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สนใจในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนสืบต่อไป การท่องเที่ยวเชิงวิถีไทยภายหลังสถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID19) สถานการณ์และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวิถีไทย ภาคการท่องเที่ยวทุกประเทศต่างได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด -19 กันถ้วนหน้า โดยประเทศไทยก็ได้รับผลกระทบอย่างหนักหน่วงเพราะประเทศไทยอาศัยภาคการท่องเที่ยวหลัก และการท่องเที่ยวรองที่ทำรายได้อย่างมหาศาลในแต่ละปีโดยปี 2563 คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยเพียง 6.7 ล้านคนและสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยว 3.3 แสนล้านบาททั้งจำนวนและรายได้หดตัวร้อยละ 83 (ประมาณการณ์เดือนตุลาคม 2563) การหดตัวอย่างรุนแรงดังกล่าวเป็นผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ซึ่งประเทศต่าง ๆ ใช้มาตรการขั้นสูงสุดสกัดกั้นการเดินทางเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดฯ เข้าสู่ประเทศ เช่น ยกเลิกวีซ่าลี้กควาน์เมือง/ประเทศปิดพรมแดน ขณะที่ประเทศไทยใช้มาตรการห้ามทำการบินเข้าประเทศตั้งแต่เดือนเมษายน 2563 เป็นต้นมา ส่งผลให้ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทยในช่วงดังกล่าว แม้ว่าช่วงปลายปี 2563 จะผ่อนคลายมาตรการอนุญาตนักท่องเที่ยวต่างชาติภายใต้ข้อตกลงพิเศษ เช่น ผู้ถือบัตร Thailand Elite Card, ผู้ได้รับ Special Tourist Visa (STV) เดินทางเข้าประเทศไทย แต่กลุ่มดังกล่าวมีจำนวนที่น้อยด้วยการพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่นมากขึ้น ซึ่งยังคงมีประเด็นท้าทายที่ต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายระดับแผนแม่บททยอยมาก (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว TATIC, 2563)

1) การเตรียมพร้อมรับมือต่อสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกประเทศที่กระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีมาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างมีศักยภาพ

2) การสร้างความเชื่อมั่นด้านมาตรฐานด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวยกระดับการบริการสาธารณสุขที่มีคุณภาพ

3) การส่งเสริมการตลาดเชิงรุกที่สอดคล้องกับศักยภาพทางการท่องเที่ยวของไทย เพื่อรองรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน

4) การยกระดับทักษะและมาตรฐานบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีทักษะที่ครอบคลุมและมีศักยภาพสูงในการให้บริการ

5) การจัดทำฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เพื่อรองรับเทคโนโลยีและการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) แต่ภายหลังจากสถานการณ์คลี่คลาย

การกลับเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมากอาจกระทบต่อการบริหารจัดการศักยภาพในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวหลัก การจัดทำมาตรฐานและความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องเตรียมความพร้อมรองรับกับบริบทธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในด้านพฤติกรรม และวิถีปฏิบัติใหม่ที่เกิดจากการปรับตัวของนักท่องเที่ยวจากสถานการณ์โควิด -19 โดยเฉพาะมาตรการสุขอนามัยและความปลอดภัยที่จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว แต่ถึงอย่างไรก็ตาม ภาคการท่องเที่ยวยังสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องขึ้นไป หากสามารถแก้ไขปัญหาหรือสามารถจัดการวางแผนทางการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวให้ทันสมัยมากยิ่งขึ้น จากการรายงานรูปแบบการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศและจากการศึกษาทบทวนแผนการท่องเที่ยวของประเทศไทย คู่แข่งและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ พบว่า ทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในส่วนของความรับผิดชอบของกระทรวงมีการกล่าวถึงรูปแบบด้านการท่องเที่ยวไม่มากนัก แต่เมื่อเปรียบเทียบกับแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีแผนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะมีรูปแบบทางการท่องเที่ยวครบในทุกกลุ่มซึ่งมีการเน้นความสำคัญแตกต่างกันไปตามแผนการดำเนินงาน โดยรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สามารถสังเคราะห์ได้จากการทบทวนทิศทางการท่องเที่ยวของประเทศต้นแบบ และจากการทบทวนรูปแบบการท่องเที่ยวขององค์กรระหว่างประเทศ มีทั้งสิ้น 11 รูปแบบดังนี้ (สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

- 1) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)
- 2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและสิ่งแวดล้อม (Ecotourism)
- 3) การท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงและสันทนาการ (Entertainment Tourism)
- 4) การท่องเที่ยวเพื่อการกินดื่ม (Gastronomy Tourism)
- 5) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism)
- 6) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและสันทนาการ (MICE)

- 7) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติแบบภูเขาและป่าไม้ (Mountain & Forest Tourism)
- 8) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติแบบทะเลและชายหาด (Sea Sun Sand Tourism)
- 9) การท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า (Shopping Tourism)
- 10.) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)
- 11) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิถีไทยภายหลังสถานการณ์ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างหนักต่อสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่กำลังแพร่ระบาดไปทั่วประเทศทำให้ผู้ประกอบการและผู้ที่มีอาชีพเกี่ยวกับการท่องเที่ยวขาดรายได้และแสวงหาอาชีพอื่น ๆ เพื่อความอยู่รอดของตนเองและครอบครัว แต่ถึงอย่างไรก็ตาม สักวันหนึ่งในภายภาคหน้าจะน่าเท่าไรก็ตามวิกฤติสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เชื่อว่าจะหมดไปและความสามารถของมนุษย์สามารถเอาชนะโรคดังกล่าวได้ด้วยการคิดค้นวัคซีน หรือมีแนวทางการป้องกันในระดับสูงสุดได้ ซึ่งนั่นหมายถึงโอกาสอีกครั้งของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องจะสามารถปรับตัวและสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวได้หรือไม่จะมีกลไก กระบวนการอย่างไรเพื่อรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้นซึ่งเป็นสิ่งที่ควรตระเตรียมความพร้อมไว้ให้มากที่สุด หากวันนั้นมาถึงก็เชื่อจะสามารถกลับเข้าสู่โหมดปกติได้ในประเทศไทย ซึ่งผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องน่าจะมองถึงประเด็นดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาการสร้างความปลอดภัยและมั่นใจเชิงการท่องเที่ยวทางกองมาตรฐานและกำกับความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินงานด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวได้ออกมาตรการเกี่ยวกับความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยวใน 6 รายการด้วยกัน คือความปลอดภัยทางน้ำ ความปลอดภัยทางถนน ความปลอดภัยจากการถูกลอกเอาทรัพย์สินเปรียบ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และการยกระดับความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยวทุกด้าน ซึ่งภาครัฐ เอกชนและชุมชนควรให้ความสำคัญต่อประเด็นความปลอดภัยให้มากที่สุด โดยมองถึงการช่วยเหลือการเฝ้าระวัง การประสานความร่วมมือปรับปรุงพื้นที่การพัฒนากำลังคนและพัฒนาระบบความปลอดภัยโดยรวมและสุขอนามัยเป็นต้น

ปิ่นฤทัย คงทอง และวีรยา มีสวัสดิกุล (2562) ถึงอย่างไรก็ตามโจทย์สำคัญของประเทศนอกจากจะเป็นเรื่องว่าเมื่อใดภาคการท่องเที่ยวจะฟื้นตัวแล้ว เรายังต้องใช้โอกาสนี้ที่ทบทวนปรับโครงสร้างภาคการท่องเที่ยวเพื่อให้กลับมาเติบโตขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้ยั่งยืนในโลกหลังโควิด -19 โดยเฉพาะการเพิ่ม 1) “Value over volume” approach และ 2) Diversification approach เพื่อเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (วิรัชญา ประจงการ และสุชานัน จุนอนันตธรรม,

2564) โดยเฉพาะชุมชนเชิงวิถีน่าจะเข้าโอกาสและสร้างปลอดภัยได้ง่ายกว่า ภาคการท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยมีกลไกความปลอดภัยระดับทั่วไป ได้แก่ จุดสะแกน QR Code กำหนดจุดเข้า-ออก คัดกรองพนักงาน เจ้าหน้าที่และนักท่องเที่ยว มีที่ล้างมือพร้อมสบู่ หรืออุปกรณ์ฆ่าเชื้อสวมหน้ากากผ้าหรือหน้ากากอนามัย การเว้นระยะห่าง การทำความสะอาดพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว การหมุนเวียนของอากาศเพียงพอจัดให้มีถังขยะที่มีฝาปิด คัดแยกขยะ และการจำหน่ายบัตรและชำระเงินทางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Payment) เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว กรมอนามัย และกระทรวงสาธารณสุข, 2563) 3) เพราะฉะนั้น ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีต้องบริหารจัดการพื้นที่ให้เกิดความเหมาะสมและสามารถรองรับกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความปลอดภัยอย่างสูงสุดจึงจะสามารถฝ่าวิกฤตินี้ไปได้

2. การแยกสถานที่พักแบบเด่นพกพา หรือ “โฮมสเตย์” หรืออย่างอื่น ๆ ให้มีระยะห่างกันมากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับเจ้าของบ้าน ชายคาเดียวกัน โดยมีห้องพัก หรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือสามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยว พักได้ชั่วคราว ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง ผู้พักรวมกันไม่เกิน 20 คนโดยมีค่าตอบแทน และจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควรอันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม ซึ่งเป็นไปตาม บทนิยามคำว่า “โรงแรม” แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยว ตามหลักเกณฑ์ที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด ได้แก่ ในฐานะเจ้าของบ้านต้องปฏิบัติตามระเบียบและมาตรการของกรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด สำหรับพื้นที่ส่วนกลางหรือพื้นที่ใช้สอยร่วมกันต้องจัดระเบียบตามมาตรการที่กำหนดโดยมองถึงความปลอดภัยเป็นสำคัญ ส่วนผู้รับบริการต้องป้องกันตนเองและปฏิบัติด้วยเช่นกัน และกรณีห้องพัก หรือที่พักของนักท่องเที่ยวนอกจากมีมาตรฐานต่าง ๆ เช่น มีระบบระบายอากาศที่ดีทำความสะอาดล้างอุปกรณ์และฆ่าเชื้อและเครื่องปรับอากาศห้องพักทุกห้องให้เหมาะสมเพื่อการไหลเวียนของอากาศได้ (กรมการท่องเที่ยว กรมอนามัย และกระทรวงสาธารณสุข, 2563) ที่กล่าวมาเป็นมาตรการที่ถูกกำหนดสำหรับพื้นที่การท่องเที่ยว แต่หากอีกมุมมองจะว่า ชุมชนเชิงวิถีนั้นมีพื้นที่สำหรับการใช้สอยอยู่มากทำให้สามารถบริหารจัดการพื้นที่ให้มีความเหมาะสมได้ผ่านการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวถึงการใช้เดินของตนเองและสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ โดยเฉพาะพื้นที่ต่าง ๆ อากาศทางภาคเหนือจะมีความเหมาะสมอย่างมาก หรือในชุมชนที่มีบริเวณลักษณะที่กว้างเพียงพอต่อการพักด้วยเต็นท์ในพื้นที่ห่างกันพอสมควรอย่างน้อย 5 เมตรและจำกัดนักท่องเที่ยวตามพื้นที่ใช้สอยก็เชื่อว่าจะสามารถป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้

3. การจัดโซนและรอบการเยี่ยมชมสถานที่ให้มีกลุ่มขนาดเล็กลงเนื่องด้วยการท่องเที่ยวเชิงวิถีของชุมชนและวัฒนธรรมซึ่งเป็นท่องเที่ยวที่สามารถเข้าไปศึกษาและอยู่ร่วมกันชุมชนนั้นทั้งไป-กลับ และพักนอน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวิถีขึ้นอยู่กับจำนวนและศักยภาพการรองรับของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เช่น พื้นที่ศึกษาชุมชน พื้นที่สันโดษ พื้นที่สันตนาการพื้นที่ค้าขาย พื้นที่โบราณสถาน/

โบราณวัตถุ พื้นที่บ้าน พื้นที่พักผ่อน พื้นที่จัดแสดง เป็นต้น ซึ่งพื้นที่ทั้งหมดควรมีแนวเขตกันและกำหนดจุดเข้า-ออกตามที่กำหนด รวมทั้งการกำหนดการท่องเที่ยวให้เป็นกลุ่มขนาด 5 – 20 คนที่มีความเป็นส่วนตัว เลี่ยงพื้นที่แออัด เดินทางเป็นกลุ่มเล็ก (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, 2564) เช่น กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเด็กนักเรียน กลุ่มศาสนา กลุ่มต่างประเทศ กลุ่มครอบครัว และกลุ่มเพื่อน เป็นต้น รวมทั้งการพัฒนาเส้นทางการเดินเท้าที่มีระยะห่างกันโดยประมาณให้มากที่สุดซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญที่สามารถกำหนดโดยชุมชนได้เพราะฉะนั้น ด้วยความที่ชุมชนมีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเองแต่ต้องปฏิบัติตามคำแนะนำจากกรมควบคุมโรคจึงสามารถใช้ศักยภาพดังกล่าวเสริมสร้างระบบการท่องเที่ยวที่เน้นการลดการแพร่เชื้อและสร้างมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวเชิงวิถีที่เชื่อว่าจะสามารถป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้

4. การพัฒนาความรู้ของชุมชนไปพร้อม ๆ กับแนวความคิดพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสมัยใหม่ เพราะคุณเจ้สู่ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ได้แก่ การมีส่วนร่วมในชุมชน การอนุรักษ์ และการจัดการที่เน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติลักษณะเป็นการเกื้อหนุนกันระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากรสำหรับการท่องเที่ยวกับการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่น ให้เกิดความเข้มแข็ง ที่จะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จได้ โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนร่วมมือกันอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชนผ่านการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้ชุมชนได้นำศักยภาพของทรัพยากร ทั้งแผนทรัพยากรธรรมชาติวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี เป็นต้น มาใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (ปาริฉัตร ศรีหะรัญ และพรพิมล ขำเพชร, 2561) หรือที่เรียกว่า การท่องเที่ยวแบบ New Normal ซึ่งสิ่งที่ชุมชนจะต้องเตรียม ๆ ได้แก่

- 1) การเตรียมความพร้อมสำหรับ ทีมงานและการดำเนินงานที่ได้คุณภาพโดยชุมชนเชิงวิถีให้มีความทันสมัยมากขึ้น
- 2) การจัดหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ปลอดภัยให้กับทีมงานและลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว
- 3) การสร้างความเชื่อมั่นและความเชื่อถือให้กลับคืนมา
- 4) ข้อเรียกร้องจากภาครัฐในการนำนโยบายที่เป็นจริงได้มาสู่การปฏิบัติ (พิพัฒน์ รัชกิจประการ, 2563) (อานันท์ สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) ซึ่งชุมชนท้องถิ่นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย หากวัฒนธรรมสังคม และสิ่งแวดล้อมไม่ได้รับการดูแลรักษาให้สมดุลยั่งยืน ไม่ว่าจะทุ่มเทส่งเสริมการตลาดแค่ไหนถ้าสินค้าไม่สามารถขายตัวเองได้ ก็ยากที่การท่องเที่ยวจะยั่งยืนชุมชนการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งมีความสุขจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีที่สุด (ภราเดช พยัฆวิเชียร, 2542) เพราะฉะนั้น ชุมชนยุคใหม่อาจต้องตอบโจทย์ของตนเองในหลาย ๆ เรื่องที่ต้องยกระดับการให้บริการที่หลากหลาย ปลอดภัย มีประสบการณ์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวที่สามารถยกวัฒนธรรมไปสู่ความแปลกใหม่ตลอดเวลา รวมทั้ง การป้องกันตนเองและป้องกันนักท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวแบบ New Normal ที่อยู่กับสังคมโลกไปอีกนานแสนนาน

5) ระบบธุรกรรมทางการเงินปรับเปลี่ยนแปลงออนไลน์การปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้เงินในยุคปัจจุบันได้ถูกพัฒนาไปในทิศทางแบบดิจิทัลมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มสถาบันการเงินทั้งหลายที่ต้องปรับตัวอย่างมาก เพราะการชำระเงินดิจิทัล (digital payment) จึงเป็นทางเลือกหลักที่ตอบโจทย์ทุกภาคส่วน และมีส่วนสำคัญที่ทำให้คนไทยสามารถก้าว ผ่านวิกฤต COVID-19 ไปได้อย่างราบรื่น เนื่องจาก สามารถทำธุรกรรมได้ทุกที่ทุกเวลา สะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย ด้วยค่าใช้จ่ายที่ถูกลง และมีรูปแบบบริการชำระเงินที่หลากหลาย ที่สำคัญ เช่น การโอนและชำระเงินผ่านระบบพร้อมเพย์ การชำระเงินด้วย QR payment การชำระด้วยบัตรเครดิตและบัตรเดบิตแบบออนไลน์ และการใช้เงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-Money) ซึ่งภาคการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนก็เป็นรูปแบบหนึ่งที่ตระหนักและปรับตัวไปสู่กิจกรรมการจ่ายการโอนการชำระในกรณีต่าง ๆ รวมทั้งการถอน และการฝากต่าง ๆ เพื่อลดการสัมผัสที่สามารถลดการแพร่เชื้อได้ เช่น การจำหน่ายบัตรเข้าชม การเลือกซื้อสินค้าจากต่าง ๆ การเข้ากิจกรรมที่ต้องการใช้เงินรวมทั้งการบริการอื่น ๆ จะต้องเร่งพัฒนาศักยภาพของชุมชน โดยเฉพาะกลุ่มกิจกรรมหลักภายในชุมชนนั้นให้มีทักษะการใช้แอปพลิเคชันทางการเงิน การเข้าสู่โหมดความปลอดภัยทางการเงิน และรวมถึงเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องจะทำให้ชุมชนเกิดความมั่นใจและนักท่องเที่ยวก็ต้องปรับตัวไปสู่เงื่อนไข ตามที่ชุมชนกำหนดการประกาศหรือประชาสัมพันธ์ก่อนเข้าชุมชนนั้นอาจจะต้องปรับตัวให้ชัดเจนว่ารับเงินด้วยระบบการเงินดิจิทัลเท่านั้น

แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์ SWOT หรือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับการประกอบธุรกิจ ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารรู้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน มองเห็นโอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอกตลอดจนผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจทุกประเภท (สถานเอกอัครราชทูต ณ เฮลซิงกิ, 2562) ความหมายสภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) มีดังนี้

จุดแข็ง (Strengths) : จุดเด่น หรือจุดแข็ง (ข้อได้เปรียบ) เป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในบริษัท เช่น จุดแข็งด้านการเงิน และข้อได้เปรียบด้านการผลิต และด้านทรัพยากรบุคคล โดยบริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด

จุดอ่อน (Weaknesses) : จุดด้อย หรือจุดอ่อน ข้อเสียเปรียบเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ของบริษัท เช่น การขาดเงินทุน นโยบายและทิศทาง การบริการที่ไม่แน่นอน หรือบุคลากรที่ไม่มีคุณภาพ ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีในการปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือขจัดให้หมดไปอันจะเป็นประโยชน์ต่อบริษัท

โอกาส (Opportunities) : เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัทเอื้อประโยชน์ หรือส่งเสริมการดำเนินงานของบริษัท โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่ โอกาสเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก แต่จุดแข็งเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายใน ผู้ประกอบการที่จะต้องแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ โดยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เช่น เศรษฐกิจ สังคมการเมือง เทคโนโลยี และการแข่งขันในตลาด และใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น

อุปสรรค (Threats) : เกิดจากปัจจัยภายนอก เป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น ราคาน้ำมันที่สูงขึ้น อัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น สภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้อง และพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้

การประเมินสภาพแวดล้อมภายใน

การวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในบริษัททุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมิน สภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้างระบบระเบียบวิธีปฏิบัติงานบรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงินวัสดุการจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์ และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกของบริษัท ทำให้สามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรค การดำเนินงานของบริษัทที่ได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัท เช่น อัตราการขยายตัวทาง เศรษฐกิจนโยบาย การเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับการศึกษา การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชนลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรมสภาพแวดล้อมทางการเมืองเช่น บทบัญญัติกฎหมายต่าง ๆ มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึงกรรมวิธีใหม่ ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการบริการ

หลักการสำคัญของการวิเคราะห์ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือสภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจนและวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กร ระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไปประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะภายในที่อาจจะทำลายผลการดำเนินงานโอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กรในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร

ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทางที่เหมาะสมขั้นตอน/วิธีการดำเนินการทำ SWOT Analysis การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อมและสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มน้อยที่สุดได้ ภายใต้การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรการประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร จะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร แหล่งที่มาเบื้องต้นของข้อมูลเพื่อการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือระบบข้อมูลเพื่อการบริหารที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งในด้านโครงสร้างระบบระเบียบวิธีปฏิบัติงาน บรรยากาศในการทำงานและทรัพยากรในการบริหาร (คน เงินวัสดุการจัดการ) รวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กรเพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลกลยุทธ์ก่อนหน้านี้ด้วย - จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั่นเองว่าปัจจัยใดภายในองค์กรที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรที่องค์กร ควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร - จุดอ่อน

ขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในจาก มุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั้น ๆ เองว่าปัจจัยภายในองค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบของ องค์กรที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือขจัดให้หมดไปอันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร

2. การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก องค์กร นั้นสามารถค้นหาโอกาสและอุปสรรคทางการดำเนินงานขององค์กรที่ได้รับผลกระทบจาก สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจทั้งในและระหว่างประเทศที่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กร เช่น อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจนโยบายการเงิน การงบประมาณ สภาพแวดล้อมทางสังคม เช่น ระดับ การศึกษาและอัตราผู้หนังสือของประชาชน การตั้งถิ่นฐานและการอพยพของประชาชนลักษณะชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมทางการเมือง เช่น พระราชบัญญัติพระราชกฤษฎีกา มติคณะรัฐมนตรี และสภาพแวดล้อมทาง เทคโนโลยีหมายถึง กรรมวิธีใหม่ ๆ และพัฒนาการทางด้านเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและ ให้บริการ

- โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรใน ระดับมหภาค และองค์กรสามารถฉกฉวยข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

- อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัย ใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาค ในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้ง ทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบ ดังกล่าวได้

3. ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อมเมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง

- จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วย การประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ให้นำจุดแข็งจุดอ่อนภายในมา เปรียบเทียบกับโอกาส

- อุปสรรคจากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใดและภายใต้ สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้องค์กร จะอยู่ในสถานการณ์ 4 รูปแบบ ดังนี้

สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนา ที่สุด เนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่างดั่งนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive -Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวย โอกาสต่าง ๆ ที่ เปิดมาหาประโยชน์อย่างเต็มที่

สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุดเนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการดังนั้นทางเลือกที่ดีที่สุดคือกลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรคต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาสเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการแต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้นทางเลือกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้

สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการดังนั้นแทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์ การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มี สร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

การวิเคราะห์กลยุทธ์ (TOWS Matrix)

TOWS Matrix เป็นตารางการวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ประเภทต่าง ๆ ในการนำเทคนิคที่เรียกว่า TOWS Matrix มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์นั้น จะมีขั้นตอนการดำเนินการที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด โดยที่การประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็น การระบุให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจะเป็นการประเมินภายในองค์กร ส่วนการประเมิน สภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดจะเป็นการประเมินภายนอกองค์กร กล่าวได้ว่าประสิทธิผลของการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้เทคนิค TOWS Matrix นี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ที่ละเอียดในทุกแง่มุม เพราะถ้าวิเคราะห์ไม่ละเอียด หรือมองไม่ทุก แง่มุม จะส่งผลทำให้การกำหนดกลยุทธ์ที่ออกมาจะขาดความแหลมคม

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาพร้อมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก ตัวอย่าง กรมธนารักษ์ มีจุดแข็ง คือ ความสามารถในการผลิตเหรียญ และมีโรงกษาปณ์ที่ทันสมัย มีโอกาส คือ สามารถหารายได้จากการผลิตเหรียญได้ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงรุก คือ ยุทธศาสตร์การรับจ้างผลิตเหรียญทุกประเภททั้งในและต่างประเทศ

2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาพร้อมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีจุดแข็ง ขณะเดียวกันองค์กรก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัดจากภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้แต่องค์กรสามารถใช้จุดแข็ง ที่มีอยู่ในการป้องกัน ข้อจำกัด ที่มาจากภายนอกได้ด้วยตัวอย่าง มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชมีจุดแข็ง คือ เป็นมหาวิทยาลัยที่เปิดโอกาสการศึกษาให้แก่ประชาชนทั่วประเทศ ขณะเดียวกันมีข้อจำกัด คือ งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมีไม่เพียงพอที่จะสามารถจัดตั้ง หน่วยงานของตนเองอยู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศได้ ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์เชิง ป้องกัน คือ ยุทธศาสตร์การสร้างความร่วมมือกับโรงเรียนในพื้นที่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ

3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมิน สภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาพร้อมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์ หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีโอกาสที่จะนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์กรมีอยู่ได้ ตัวอย่าง ระบบราชการมักมีจุดอ่อน คือ มีขั้นตอนการทำงานที่ยาวใช้เวลามาก ขณะเดียวกันก็มีโอกาส คือ โอกาสของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ทั้งหมดสามารถนำมา กำหนดยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข คือ ยุทธศาสตร์การส่งเสริมให้มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการและในกระบวนการทำงานของราชการให้มากขึ้น (e-Administration)

4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาพร้อมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดจากภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ตัวอย่าง ประเทศไทย จุดอ่อน คือ ต้องนำเข้าน้ำมันดิบจากต่างประเทศ ประกอบกับพบข้อจำกัด คือ ราคาน้ำมันในตลาดโลกเพิ่มขึ้นอย่างมาก ทั้งหมดนำมากำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงรับ คือ ยุทธศาสตร์การรณรงค์ประหยัดพลังงานทั่วประเทศอย่างจริงจัง และยุทธศาสตร์หาพลังงานทดแทนที่นำทรัพยากรธรรมชาติในประเทศที่มีอยู่มากมาใช้มากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกรัตน์ ดวงพิกุล และจารุณนที เมธะพันธ์ (2561) ศึกษาเรื่อง โหมสเดย์กับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประกอบด้วย 7 ด้านได้แก่ 1) ด้านการเข้าถึงพื้นที่ทางการท่องเที่ยวของโหมสเดย์ 2) ด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว 3) ด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว 4) ด้านกิจกรรมและรายการนำเที่ยว 5) ด้านทรัพยากร และสภาพแวดล้อม 6) ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย 7) ด้านการบริหารจัดการของกลุ่มโหมสเดย์ ผู้ประกอบการโหมสเดย์ให้ความสำคัญกับการจัดการท่องเที่ยวของโหมสเดย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ด้านอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว 2) ด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

จตุมา บุญมี และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโหมสเดย์ในภาคใต้ระบุว่า ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโหมสเดย์ในภาคใต้ ควรเน้นที่ศักยภาพในการรองรับเพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี บนฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและความยั่งยืนทางสังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยกำหนดพันธกิจวิสัยทัศน์ และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโหมสเดย์ในภาคใต้ ดังนี้ 1) พันธกิจประกอบด้วย การพัฒนาศักยภาพและความพร้อมในการรองรับด้านการท่องเที่ยว กระจายรายได้และผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม สร้างความประทับใจในการให้บริการส่งเสริมการวางแผนการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโหมสเดย์ให้เป็นที่รู้จัก พัฒนาคู่มือการให้บริการและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวรวมทั้งตระหนักถึงการร่วมกันรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชน 2) วิสัยทัศน์ “เป็นโหมสเดย์ที่สร้างประสบการณ์ เต็มเต็ม การพักผ่อนและเรียนรู้ เปี่ยมด้วยภาพลักษณ์ที่ดีบนวิถีแห่งความยั่งยืน” 3) ยุทธศาสตร์ สามารถกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโหมสเดย์ภาคใต้ ดังนี้ 3.1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาศักยภาพและความพร้อมในการรองรับด้านการท่องเที่ยว โดยมีกลยุทธ์ในการสร้างความพร้อมด้านมาตรฐานโหมสเดย์ไทย ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยที่สร้างประสบการณ์ พัฒนาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจชุมชน และปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สอดคล้องกับระบบนิเวศชุมชน 3.2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การกระจายรายได้และผลประโยชน์ โดยมีกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมความเข้าใจในการดำเนินงานโหมสเดย์ จัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรม และส่งเสริมกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม 3.3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคุณภาพบริการโดยมีกลยุทธ์เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจในการให้บริการและส่งเสริมการให้บริการที่มีคุณภาพ 3.4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การวางแผนการตลาด และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโหมสเดย์ โดยมีกลยุทธ์เพื่อออกแบบกิจกรรมทางการตลาด และสร้างรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม 3.5) การพัฒนาคู่มือการให้บริการและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีกลยุทธ์เพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อชุมชนรวมทั้งสร้างเรื่องราวการ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามอัตลักษณ์ของชุมชน และ 3.6) ยุทธศาสตร์ที่ 6 การอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว โดยมีกลยุทธ์เพื่อสร้างความตระหนักและแนวปฏิบัติที่ดีในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมรวมทั้งสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชน

ศรัณย์ สัตนันต์ (2563) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการโฮมสเตย์แบบองค์รวมให้มีความยั่งยืน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามระบุว่า การบริหารจัดการโฮมสเตย์แบบองค์รวมให้มีความยั่งยืน ควรมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง มีการทำงานเป็นทีม มีการบริหารจัดการกระบวนการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการและภาวะผู้นำของผู้บริหาร โดยสามารถแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้ดังนี้ 1) การให้ความสำคัญกับผู้รับบริการโดยสนับสนุนให้พนักงานทุกคนได้รับการฝึกฝนอบรมการบริการอย่างต่อเนื่องรณรงค์ให้พนักงานทุกคนมีจิตสำนึกในเรื่องคุณภาพการบริการตลอดเวลาเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรับแนวคิดและปรัชญาการบริการใหม่ ๆ มาใช้ในองค์กรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กำหนดเป้าหมายในการปรับปรุงคุณภาพให้ชัดเจนเพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวพึงพอใจ และมุ่งมั่นในการปรับปรุงคุณภาพบริการให้เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว 2) ภาวะผู้นำของผู้บริหาร จำเป็นต้องมีความรับผิดชอบต่อการบริหารจัดการโฮมสเตย์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจให้กับผู้ที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา มีการกระตุ้นพนักงานทุกคนให้มีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในงาน ผู้บริหารนำนวัตกรรมมาบริหารจัดการโฮมสเตย์ และมีวิธีการดำเนินงานในรูปแบบใหม่ ๆ ในการรองรับการท่องเที่ยว 3) การทำงานเป็นทีม จะต้องมีการส่งเสริมให้พนักงานทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างคุณภาพในการทำงาน มีการสร้างกระบวนการทำงานร่วมกัน อาทิ การวางแผน การประชุมร่วมกัน มีการแก้ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์ร่วมกัน และมีการสื่อสารที่ดีในการทำงานร่วมกัน 4) การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปแก้ไขปรับปรุงโฮมสเตย์ให้ดีขึ้น มีการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาโฮมสเตย์ มีการจัดฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการโฮมสเตย์กับบุคลากร มีการสำรวจสภาพปัญหาโฮมสเตย์เพื่อนำไปกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหา และต้องมีการตรวจสอบสิทธิข้อมูลที่ทันสมัยเกี่ยวกับโฮมสเตย์เพื่อนำมาปรับปรุงโฮมสเตย์ และ 5) การบริหารกระบวนการจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายในการบริหารจัดการโฮมสเตย์อย่างชัดเจนมีวิธีการในการบริหารจัดการโฮมสเตย์ให้บรรลุเป้าหมาย มีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการโฮมสเตย์ มีการกำหนดหน้าที่การรับผิดชอบอย่างชัดเจนและมีการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานการบริหารจัดการโฮมสเตย์

สริตา ศรีสุวรรณ และบงกช เดชมิตร (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้คงเสน่ห์ และแตกต่างอย่างมีอัตลักษณ์เพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์ เพื่อเสนอแนวทางการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้คงเสน่ห์และแตกต่างอย่างมีอัตลักษณ์เพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1) ศึกษาบริบท

ของที่พักแบบโฮมสเตย์ 2) ศึกษารูปแบบแนวคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ 3) เสนอแนะรูปแบบการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้คงเสน่ห์และแตกต่างอย่างมีอัตลักษณ์เพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ดำเนินการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้คงเสน่ห์ และแตกต่างอย่างมีอัตลักษณ์ อีกทั้งยังเป็นการสร้างจุดขายให้กับแหล่งท่องเที่ยวและที่สำคัญยังสามารถช่วยรักษาทรัพยากรอันทรงคุณค่าให้คงอยู่ถึงรุ่นลูกรุ่นหลาน โดยจากการศึกษาสามารถสรุปเป็นแนวทางการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้ตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ 5 ข้อดังนี้ 1) สร้างอัตลักษณ์ เอกลักษณ์ คงเสน่ห์ตัวตนของชุมชน และโฮมสเตย์ที่โดดเด่นและเข้มแข็ง 2) สร้างความรู้สึกความเป็นเจ้าของให้กับคนในชุมชน 3) สร้างการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น 4) สร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักโฮมสเตย์ และ 5) สร้างการเชื่อมโยงและบูรณาการโฮมสเตย์กับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ

พงษ์พัฒน์ เสน่ห์ดี (2564) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่ล้านนาตะวันออกสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองเป็นการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอกลยุทธ์การพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่ล้านนาตะวันออกสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยมีการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ ทฤษฎีและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ ซึ่งพบว่ากลยุทธ์การพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่ล้านนาตะวันออกสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง จะต้องกำหนดกลยุทธ์ภายใต้ฐานทรัพยากรชุมชน ดังนี้ 1) กลยุทธ์เชิงรุก คือส่งเสริมบุคลากรหรือคนในชุมชนให้มีทักษะความรู้ด้านการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ และส่งเสริมการเสนอเพื่อขอรับการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของผู้มาใช้บริการ 2) กลยุทธ์เชิงพัฒนา คือการมีส่วนร่วมในการวางแผน ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการและสร้างกฎระเบียบในการบริหารจัดการร่วมกัน 3) กลยุทธ์เชิงรับ คือเน้นการบริการตามแบบวิถีชีวิตของคนในชุมชนเพื่อสร้างความแตกต่างด้านการบริการรวมทั้งส่งเสริมให้มีการสร้างตราสัญลักษณ์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของชุมชน และ 4) กลยุทธ์เชิงพลิกแพลง คือการสร้างเครือข่ายกับชุมชนและที่พักแบบโฮมสเตย์อื่น ๆ เน้นการตกแต่งหรือออกแบบที่พักให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน และส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

กิตติกุล บุญเปลี่ยน และคณะ (2564) การบริหารจัดการชุมชนและที่พักสำหรับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษากลุ่มโฮมสเตย์บ้านบุงเข้ ตำบลหนองแสงอำเภอปากพลี จังหวัดนครนายกผลการศึกษาพบว่า เป็นบ้านชั้นเดียวและสองชั้น มีรูปแบบของบ้านเป็นลักษณะก่ออิฐฉาบปูนและครึ่งไม้ครึ่งปูน มีห้องนอนแยกจากห้องของเจ้าของบ้านนี้เป็นสัดส่วน มีบ้านพักที่สามารถรองรับผู้เข้าพักได้มากที่สุด คือ 20 คนต่อหลัง มีขนาดเฉพาะพื้นที่รองรับผู้เข้าพักมากที่สุด คือ 156 ตร.ม. คิดเป็น 7.8 ตร.ม. ต่อ 1 คน ส่วนบ้านพักที่สามารถรองรับผู้เข้าพักได้น้อยสุด คือ 4 คนต่อหลัง มีขนาดพื้นที่รองรับผู้เข้าพักน้อยสุด คือ 47 ตร.ม. คิดเป็น 11.75 ตร.ม. ต่อ 1 คนพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านประกอบ

ไปด้วย ห้องนอน ห้องน้ำในตัว ห้องโถง และห้องน้ำรวม มีพื้นที่ส่วนกลางที่ใช้ทำกิจกรรมและรับประทานอาหารอยู่บริเวณศูนย์กลางกลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์มีศาลากิจกรรมประจำหมู่บ้านรองรับจำนวนที่นั่งได้ 50คนและศาลารับประทานอาหารส่วนกลางรองรับจำนวนที่นั่งได้ 150 คน ซึ่งการบริหารจัดการของกลุ่มโฮมสเตย์บ้านบุงเข้ ใช้หลักการแก้ปัญหาและพัฒนาในด้านต่าง ๆ ไปพร้อมกับกายภาพที่เกี่ยวข้องในทุกส่วนของชุมชน ด้วยการจัดการรูปแบบของบ้านพักให้มีความเรียบง่ายเป็นที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท จัดกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ส่วนกลางของชุมชนเพื่อการจัดการที่ง่ายและแสดงถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และการจัดการพื้นที่ในชุมชนในเชิงกายภาพ ดังเช่น ป้ายบอกทางบริเวณถนนเส้นหลักทางแยกและถนนเส้นรอง ป้ายบอกทิศทางต่าง ๆ ในชุมชน แผนที่ทางเดิน เป็นต้น รวมไปถึงการปรับปรุงภูมิทัศน์ในชุมชนให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของพื้นที่เป็นการพัฒนาเชิงกายภาพไปพร้อมกับการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ที่ยั่งยืนต่อไปได้

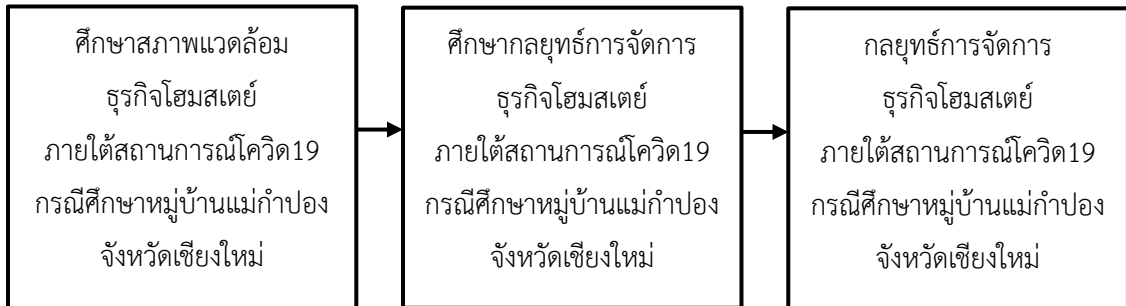
ดรรณี อัจหาญ และคณะ (2564) ศึกษาเรื่องการยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พิกชุมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์ แพร่ระบาดของโรคโควิด -19 ในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจแนวทางการจัดการมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของที่พักชุมชนวัฒนธรรม ตามหลักเกณฑ์ด้านสาธารณสุขการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด -19เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อหาข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่นำไปสู่การสร้างทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 22 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ตัวแทนชุมชนโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐาน SHA จำนวน 11 คนเจ้าหน้าที่องค์กรสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) จำนวน 5 คน และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่มีความรู้เกี่ยวกับการประเมินมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 6 คน การวิจัยนี้เพื่อสังเคราะห์ให้ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีและเสนอแนวปฏิบัติมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety and Health Administration : SHA) ในการยกระดับการท่องเที่ยวที่พิกชุมชนวัฒนธรรม ผลการวิจัย พบว่า 1) รับรู้ถึงประโยชน์และความสำคัญของการปรับปรุงมาตรฐานเกณฑ์ด้านความสะอาดและสุขอนามัย 2) แนวปฏิบัติของแหล่งท่องเที่ยวที่พิกชุมชนสัมผัสวัฒนธรรมมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยป้องกันเชื้อโควิด -19 3) ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นการกำหนดหลักเกณฑ์แนวปฏิบัติการดำเนินงานของที่พักชุมชนสัมผัสวัฒนธรรมในการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยววิถีใหม่

ขวัญฤทัย เดชทองคำ (2564) ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนของธุรกิจภายใต้วิกฤติโควิด 19 จากสถานการณ์ในปัจจุบันกับการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่เชื้อไวรัส COVID - 19 ที่ยังคงแพร่กระจายอย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประชากรทั่วโลก ทั้งด้าน

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปตลอดจนสภาพสังคมและระบบเศรษฐกิจที่กำลังต้องการการช่วยเหลือและฟื้นฟู โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้สู่ประเทศไทยเป็นอันดับต้น ๆ แต่ในปัจจุบันต้องหยุดชะงักอันเนื่องมาจากไม่สามารถเดินทางเข้าออกระหว่างประเทศได้ จึงนำไปสู่การผลักดันและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจ ประกอบกับรูปแบบการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ต้องการความท้าทายและประสบการณ์ใหม่จากการเดินทางตลอดจนความต้องการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือการเรียนรู้ในคุณค่าของสิ่งนั้นอย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนภายใต้วิกฤติ COVID - 19 เพื่อเป็นประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศไทย ตลอดจนตัวแทนนักท่องเที่ยวเอง ในการเตรียมความพร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลง การดำเนินชีวิตแบบปกติใหม่ การท่องเที่ยววิถีใหม่ โดยยังคงศักยภาพของความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการ และขับเคลื่อนธุรกิจอย่างเข้มแข็งสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

กชนิภา อินทสุวรรณ (2565) ศึกษาเรื่อง โควิด -19 : การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนนำเสนอมุมมองเกี่ยวกับ COVID-19 กับสถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน โดยปัจจัยที่สำคัญ 3 ปัจจัยคือ 1) การอนุรักษ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการปกป้อง คุ้มครอง และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมศิลปกรรมตามหลักการอนุรักษ์ 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยดำเนินการตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 -2564) เป็นการพัฒนาเพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจ ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ และ 3) การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยพัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งในการเดินทางเข้าสู่ประเทศทั้งทางบกทางน้ำและทางอากาศ เป็นต้น และแนวทางการบริหารจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งด้านธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การให้บริการด้านสิ่งดึงดูดของกิจกรรมการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกสบายและที่พัก ที่จะนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้น ๆ ที่มีความสมบูรณ์มากที่สุดของหน่วยงานภาครัฐองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) คือสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษา กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) โดยมีวิธีการดำเนินการศึกษาดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การศึกษาดังนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากพื้นที่หมู่บ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) โดยใช้วิธีการทำแบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลศึกษา กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ในการศึกษาดังนี้ ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ประชากรกลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ได้แก่ ผู้นำชุมชน ราชการพนักงานสังกัดองค์การบริหารส่วนตำบล คือ ผู้นำชุมชน ได้แก่ ผู้ที่ดำรงตำแหน่งอยู่ในคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยแก้ว จำนวน 2 คน และผู้นำชุมชนหมู่บ้านแม่กำปอง ได้แก่ ผู้ดำรงตำแหน่งผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 1 ท่าน ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 1 ท่าน และคณะกรรมการหมู่บ้าน จำนวน 2 ท่าน

2. ประชากรกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informants) ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์หมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ คือ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ จำนวน 10 ท่าน รวมผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาการกลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 16 คน

เครื่องมือในการทำวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบสัมภาษณ์ โดยพัฒนาจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดแล้วจัดทำแบบสัมภาษณ์ โดยพิจารณาถึงเนื้อหาให้สอดคล้องกับกรอบการดำเนินการศึกษา ความมุ่งหมายในการวิจัย โดยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 1 ชุด

วิธีการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสัมภาษณ์โดยมีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดต่าง ๆ จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ ทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ศึกษาในหมู่บ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย

ขั้นที่ 2 ศึกษาหลักการสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ เพื่อความชัดเจนตามความมุ่งหมายของการวิจัย เป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ และนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา

ขั้นที่ 3 นำแบบสัมภาษณ์ ที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ โครงสร้างของแบบสัมภาษณ์ ความถูกต้องเที่ยงตรงของเนื้อหาภาษาที่ใช้และปรับปรุงแก้ไข

ขั้นที่ 4 นำแบบสัมภาษณ์ ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ มาพัฒนาและปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ เรื่อง กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ และเสนอแบบสัมภาษณ์ ต่ออาจารย์ปรึกษาเพื่อให้ข้อเสนอแนะ

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือในการทำวิจัย

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือแบบสัมภาษณ์การวิจัยกลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการประเมินแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านมาช่วยในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญ์พัสวี กล่อมธงเจริญ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เตชเถกิง

3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ

เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องถูกต้องตรงกับตัวแปรที่ต้องการวัดกำหนดตัวเลขดังนี้

+ 1 แน่ใจคำถามมีความเหมาะสมและสอดคล้องกัน

0 ไม่แน่ใจคำถามมีความเหมาะสมและสอดคล้องกัน

-1 แน่ใจคำถามไม่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ จะดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data Sources) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data Sources) ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่จัดเก็บจากหน่วยงานต่าง ๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมถึงเอกสาร บทความ วารสารต่าง ๆ งานวิจัย และข้อมูลอินเทอร์เน็ต
2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการจัดเก็บข้อมูลในพื้นที่เป้าหมาย โดยดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย
3. สถานที่เก็บข้อมูล ได้แก่ หมู่บ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ (แบบสัมภาษณ์) เน้นการบรรยายเป็นหลักซึ่งข้อมูลที่จะได้รับมานั้นมาจากบุคคลหรือเจ้าหน้าที่ที่ได้จัดและเลือกสรรมาแล้ว และจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อช่วยเสริมงานวิจัยให้ชัดเจนขึ้น ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ จากแบบสัมภาษณ์โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของโฮมสเตย์เพื่อให้ทราบสภาพของธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 และการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์หากกลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ หมู่บ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ จากแบบสัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์หากกลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ หมู่บ้านแม่กำปอง อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ ที่เหมาะสมและพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและสถานการณ์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 และการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง “การศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่” ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งการเก็บข้อมูลจากการรวบรวมการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) โดยเนื้อหาในบทนี้ มีผลการวิเคราะห์ดังนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์
2. สภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่
3. กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์

การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายสำหรับการสัมภาษณ์ออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น จำนวน 2 คน ผู้ใหญ่บ้าน และรองผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 2 คน คณะกรรมการหมู่บ้าน จำนวน 2 คน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ จำนวน 10 คน โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ตำแหน่งหน้าที่ ความเกี่ยวข้องและความพร้อมในการให้สัมภาษณ์ เตรียมคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ โดยคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกลุ่มเป้าหมาย ทำการสัมภาษณ์ในวันและเวลาที่ใกล้เคียงกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสอดคล้องกัน ทำการบันทึกข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยบันทึกทั้งคำพูดและท่าทางของผู้ให้สัมภาษณ์ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยนำข้อมูลมาประมวลผลและสรุปผลการวิจัย ซึ่งทำการสัมภาษณ์ในวันและเวลาที่ใกล้เคียงกัน สามารถแสดงผลการสัมภาษณ์ดังข้อมูลต่อไปนี้

สภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19
กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปองจังหวัดเชียงใหม่

1. ปัจจัยภายใน

1.1 การเงินของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปองจังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการระบาดของโควิด19 การจำกัดการเดินทางและการท่องเที่ยวที่ลดลงทำให้นักท่องเที่ยวและรายได้ลดลงอย่างมาก เจ้าของโฮมสเตย์ต้องดิ้นรนเพื่อให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและเงินเดือนพนักงาน หมู่บ้านมีมาตรการด้านความปลอดภัย แต่ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมทำให้การเงินของโฮมสเตย์ตึงเครียด โฮมสเตย์บางแห่งปิดชั่วคราวเนื่องจากความต้องการน้อย แต่ความช่วยเหลือจากรัฐบาลได้ช่วยบรรเทา เพื่อเอาชนะความท้าทายทางการเงิน เจ้าของโฮมสเตย์ได้เสนอส่วนลด แห่่งรายได้ที่หลากหลาย และนำมาตรการลดต้นทุนมาใช้ ความพยายามทางการตลาดมุ่งเน้นไปที่การโปรโมททางโซเชียลมีเดียและการเป็นพันธมิตรกับผู้ให้บริการทัวร์ในท้องถิ่น โฮมสเตย์กำลังปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของตลาดโดยรองรับผู้เร่ร่อนทางดิจิทัลและการเข้าพักระยะยาว ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด19 ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองต้องเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ นักท่องเที่ยวจำนวนมากยกเลิกการจอง และมีการจองใหม่ลดลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้รายได้ของโฮมสเตย์ลดลงอย่างมาก” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ด้วยหมู่บ้านแม่กำปอง พึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และข้อจำกัดและคำแนะนำด้านการเดินทางในช่วงที่มีการระบาดทำให้สูญเสียรายได้อย่างมาก เจ้าของโฮมสเตย์ประสบปัญหาในการครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น ค่าบำรุงรักษา ค่าสาธารณูปโภค และเงินเดือนพนักงาน” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“ธุรกิจโฮมสเตย์ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการระบาดของโควิด 19 เนื่องจากข้อจำกัดในการเดินทางและการท่องเที่ยวที่ลดลง เราจึงประสบกับจำนวนผู้มาเยือนหมู่บ้านของเราที่ลดลงอย่างมาก ต้องยกเลิกการจองจำนวนมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ของเราสูญเสียรายได้อย่างมาก” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“เชียงใหม่ก็เช่นเดียวกับภูมิภาคอื่น ๆ เผชิญกับความท้าทายเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 เรามีช่วงเวลาที่เข้มงวดในการล็อกดาวน์และจำกัดการเดินทางเพื่อควบคุมการแพร่กระจายของไวรัส อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ได้ค่อย ๆ ดีขึ้น ด้วยการรณรงค์ให้ฉีดวัคซีนและมาตรการด้านสาธารณสุขที่มีประสิทธิภาพ” (รองผู้ใหญ่นบ้าน, 2566)

“สถานการณ์ทางการเงินของธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองค่อนข้างท้าทายในช่วงสถานการณ์โควิด 19 เนื่องจากการจำกัดการเดินทางและมาตรการล็อกดาวน์ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของโฮมสเตย์ การจองจำนวนมากถูกยกเลิก และอัตราการเข้าพักลดลงอย่างมาก” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“หมู่บ้านยังต้องใช้มาตรการความปลอดภัยเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางด้านสุขภาพ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมในการซื้ออุปกรณ์ฆ่าเชื้อและดำเนินมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมเหล่านี้ทำให้การเงินของธุรกิจโฮมสเตย์ตึงเครียดมากขึ้น” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“การจำกัดการเดินทางและการล็อกดาวน์ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก ทำให้ยอดจองลดลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจของเรามีรายได้ลดลงอย่างมาก ทำให้ยากต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“ต้องปิดโฮมสเตย์ชั่วคราวเนื่องจากความต้องการน้อย โครงการความช่วยเหลือทางการเงินของรัฐบาลช่วยผ่อนปรนได้บ้าง ทำให้สามารถชำระค่าใช้จ่ายและรักษาพนักงานไว้ได้ในช่วงปิดทำการ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“การรักษากระแสเงินสดกลายเป็นความท้าทายที่สำคัญในช่วงที่เกิดโรคระบาด ต้องเสนอส่วนลดและแพ็คเกจส่งเสริมการขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในท้องถิ่น แม้จะมีอัตราที่ลดลง แต่อัตราการเข้าพักยังคงต่ำ ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“ให้ความสำคัญกับการกระจายแหล่งรายได้เพื่อลดผลกระทบทางการเงิน เริ่มเปิดสอนทำอาหารออนไลน์และผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปซึ่งช่วยเสริมรายได้จากโฮมสเตย์” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“เน้นความสำคัญของมาตรการลดต้นทุน ลดชั่วโมงการทำงานของพนักงานและดำเนินโครงการประหยัดพลังงานเพื่อลดค่าใช้จ่าย สิ่งนี้ทำให้สามารถรักษาความสามารถในการทำกำไรได้ในระดับหนึ่งแม้ว่าจะลดขนาดลงก็ตาม” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“การตลาดมีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูธุรกิจโฮมสเตย์ มุ่งเน้นไปที่การโปรโมตทางโซเชียลมีเดีย การร่วมมือกับผู้ให้บริการทัวร์ในท้องถิ่น และกำหนดเป้าหมายโฆษณาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในประเทศเมื่อข้อจำกัดการเดินทางผ่อนคลายลง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“ทางโฮมสเตย์มีความกังวลเกี่ยวกับต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามโปรโตคอลด้านสุขภาพและความปลอดภัย ต้องลงทุนในอุปกรณ์ฆ่าเชื้อและการฝึกอบรมพนักงาน ซึ่งยิ่งทำให้เครียดกับการเงินที่ตั้งตัวอยู่แล้ว” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“ทางโฮมสเตย์ได้แบ่งปันวิธีที่สำรวจความร่วมมือกับธุรกิจใกล้เคียง เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่นและบริการขนส่ง เพื่อเสนอข้อเสนอแพ็คเกจ วิธีการทำงานร่วมกันนี้ช่วยเพิ่มการจองและเพิ่มรายได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“การปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป มีการปรับเปลี่ยนโฮมสเตย์เพื่อรองรับผู้เร่ร่อนทางดิจิทัลและการเข้าพักระยะยาว การเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มนี้ทำให้สามารถรักษาธุรกิจไว้ได้ในช่วงกลาง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“ทางโฮมสเตย์ให้ความสำคัญของการสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์ที่แข็งแกร่งในช่วงที่เกิดโรคระบาด มีการปรับปรุงเว็บไซต์ เพิ่มประสิทธิภาพสำหรับเครื่องมือค้นหา และมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันกับผู้มีโอกาสเป็นแขกผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ส่งผลให้การจองฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปจุดแข็ง และจุดอ่อนได้ว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองมีจุดแข็งด้านศักยภาพของสินค้าและบริการ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม จุดอ่อนที่สำคัญคือได้รับผลกระทบจากข้อจำกัดในการเดินทางและการท่องเที่ยว ในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด 19 ส่งผลให้รายได้ของธุรกิจลดลงอย่างมาก นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังขาดการวางแผนและกลยุทธ์ที่ชัดเจน ความพร้อมด้านเทคโนโลยียังไม่เพียงพอ และได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 ในด้านการเงิน ซึ่งแสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จุดแข็ง และจุดอ่อนการเงินของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
- ตั้งอยู่ในทำเลที่โดดเด่น ท่ามกลางธรรมชาติที่สวยงาม	- ขึ้นอยู่กับการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่
- มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์	- ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด 19 อย่างรุนแรง
- ชุมชนเข้มแข็ง มีวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์	- มีต้นทุนการดำเนินงานที่สูง
- ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ	- ขาดการกระจายแหล่งรายได้
	- ขาดการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

1.2 การตลาดของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ในช่วงการระบาดของโควิด 19 การทำตลาดธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองต้องเผชิญกับความท้าทาย เพื่อความปลอดภัยจึงได้ปรับกลยุทธ์สำหรับทั้งนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ โดยมุ่งเน้นที่การส่งเสริมคุณลักษณะเฉพาะของหมู่บ้านในขณะที่เน้นมาตรการป้องกันและความปลอดภัย มีการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและโซเชียลมีเดียเพื่อแสดงสภาพแวดล้อมที่เงียบสงบและเป็นธรรมชาติ ที่พักกว้างขวาง และกิจกรรมกลางแจ้งที่สอดคล้องกับแนวทางการเว้นระยะห่างทางสังคม ความพยายามทางการตลาดที่มุ่งเป้าหมายไปที่นักท่องเที่ยวในประเทศ โดยร่วมมือกับตัวแทนการท่องเที่ยวและแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้มั่นใจว่ามีระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด แผนในอนาคตเกี่ยวข้องกับการร่วมมือกับรัฐบาลท้องถิ่นและองค์กรการท่องเที่ยวสำหรับแคมเปญที่ตรงเป้าหมายและเน้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง การแสดงตนทางออนไลน์ได้รับการจัดลำดับความสำคัญด้วยการอัปเดตเป็นประจำ เนื้อหาคุณภาพสูง และทัวร์เสมือนจริง/การประชุมเชิงปฏิบัติการ เทคนิค SEO ปรับปรุงการค้นพบทางออนไลน์ และการมีส่วนร่วมบนโซเชียลมีเดียสร้างความไว้วางใจ การร่วมมือกับผู้ให้บริการในพื้นที่และแพ็คเกจรวมช่วยขยายฐานลูกค้า การตลาดแบบปากต่อปาก สิ่งจูงใจ การตลาดเฉพาะกลุ่ม การเล่าเรื่อง ความยืดหยุ่น การส่งเสริมความปลอดภัย การมีส่วนร่วมของชุมชน การโฆษณาที่ตรงเป้าหมาย และการจัดเลี้ยงแก่ผู้เร่ร่อนทางดิจิทัล ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“การทำตลาดธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงการระบาดของโควิด19 ทำให้เกิดความท้าทาย เราต้องปรับกลยุทธ์ของเราเพื่อความปลอดภัยของทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น เป้าหมายหลักของเราคือการส่งเสริมจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านของเรา ในขณะเดียวกันก็เน้นย้ำถึงมาตรการป้องกันและความปลอดภัยที่นำมาใช้” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“ประเด็นสำคัญประการหนึ่งของแนวทางการตลาดของเราคือการเน้นสภาพแวดล้อมที่เงียบสงบและเป็นธรรมชาติของหมู่บ้านแม่กำปอง ซึ่งช่วยให้หลีกเลี่ยงจากเมืองที่แออัดในช่วงที่มีโรคระบาดได้อย่างสมบูรณ์แบบ เราใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เพื่อแสดงความสวยงามของหมู่บ้านของเรา โดยเน้นที่พื้นที่กว้างขวางและความพร้อมของกิจกรรมกลางแจ้งที่สอดคล้องกับแนวทางการเว้นระยะห่างทางสังคม” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ เราเน้นส่งเสริมโฮมสเตย์ของเราให้กับนักท่องเที่ยวในประเทศที่สามารถเดินทางภายในประเทศได้ เราได้ร่วมมือกับตัวแทนการท่องเที่ยวในพื้นที่และแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเน้นประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและสถานที่ท่องเที่ยวของหมู่บ้านแม่กำปอง เรายังมั่นใจว่าสิ่งอำนวยความสะดวกของโฮมสเตย์เป็นไปตามระเบียบสุขอนามัยและความปลอดภัยที่เข้มงวดเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้มาเยือน” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“เราเข้าใจถึงความสำคัญของความพยายามทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาที่โฮมสเตย์ของเรามากขึ้น ในอนาคต เราวางแผนที่จะร่วมมือกับหน่วยงานรัฐบาลท้องถิ่นและองค์กรการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาแคมเปญการตลาดที่ตรงเป้าหมาย เราจะยังคงมุ่งเน้นไปที่การเน้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านแม่กำปอง และรับประกันความปลอดภัยและความสะดวกสบายของผู้มาเยือน” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“ในด้านการตลาด เราพึ่งพาแพลตฟอร์มดิจิทัลและโซเชียลมีเดียอย่างมากเพื่อแสดงประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครของการเข้าพักในหมู่บ้านของเรา เราอัปเดตเว็บไซต์และหน้าโซเชียลมีเดียของเราเป็นประจำด้วยเนื้อหาที่น่าสนใจ รวมถึงภาพถ่ายและวิดีโอคุณภาพสูงที่เน้นความงามตามธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม และการต้อนรับที่อบอุ่นของแม่กำปอง” (คณะกรรมการหมู่บ้าน คนที่ 1, 2566)

“ในพื้นที่ที่มีการจัดทัวร์เสมือนจริงและเวิร์กช็อปออนไลน์ เพื่อให้ผู้ที่มีโอกาสเป็นแขกได้สัมผัสกับรสชาติของที่พักแบบโฮมสเตย์ของเราจากบ้านของพวกเขาอย่างสะดวกสบาย ประสบการณ์เสมือนจริงเหล่านี้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี สร้างความสนใจและยอดจอง” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“เน้นย้ำถึงความสำคัญของการมีตัวตนและการมองเห็นทางออนไลน์ เขาปรับปรุงเว็บไซต์ใหม่ และมุ่งเน้นไปที่เทคนิคการปรับแต่งเว็บไซต์ให้ติดอันดับบนเครื่องมือการค้นหา (SEO) เพื่อปรับปรุงการค้นพบทางออนไลน์ นอกจากนี้ เขามีส่วนร่วมอย่างแข็งขันกับผู้มีโอกาสเป็นแขกผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย สร้างความรู้สึกเชื่อมโยงและไว้วางใจ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“เน้นย้ำถึงความสำคัญของการร่วมมือในท้องถิ่น ร่วมมือกับบริษัททัวร์ท้องถิ่นและตัวแทนท่องเที่ยวเพื่อสร้างแพ็คเกจแบบรวม นำเสนอประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและน่าจดจำ วิธีการทำงานร่วมกันนี้ช่วยขยายการเข้าถึงและเข้าถึงฐานลูกค้าที่มีอยู่” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“ทางโฮมสเตย์มีการทำการตลาดผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ซึ่งพลังของเนื้อหาที่สร้างขึ้น สนับสนุนให้แขกแบ่งปันประสบการณ์บนโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มรีวิว โดยใช้ประโยชน์จากการตลาดแบบปากต่อปากในเชิงบวก ยังให้สิ่งจูงใจ เช่น ส่วนลดสำหรับการเข้าพักในอนาคต แก่แขกที่แบ่งปันประสบการณ์” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“มุ่งเน้นไปที่การตลาดเฉพาะกลุ่ม ระบุตลาดเป้าหมายเฉพาะ เช่น นักเดินทางที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและผู้แสวงหาการผจญภัย และปรับแต่งข้อความทางการตลาดให้สอดคล้องกัน ด้วยการเน้นย้ำลักษณะเฉพาะของโฮมสเตย์ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะเหล่านี้ จึงดึงดูดลูกค้าที่มุ่งเน้นมากขึ้น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“เน้นย้ำถึงความสำคัญของการเล่าเรื่องในด้านการตลาด แบ่งปันเรื่องราวที่แท้จริงเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี และประสบการณ์ที่ได้รับจากโฮมสเตย์ การกระตุ้นอารมณ์และสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้มีโอกาสเป็นแขก สามารถสร้างความแตกต่างให้ธุรกิจจากคู่แข่งได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“เน้นย้ำถึงความจำเป็นในความยืดหยุ่นในกลยุทธ์ทางการตลาด ปรับเปลี่ยนข้อความและข้อเสนอตามข้อจำกัดการเดินทางที่เปลี่ยนแปลงและความต้องการของแขก ตัวอย่างเช่น มีการส่งเสริมตัวเลือกการจองที่ยืดหยุ่น ซึ่งรวมถึงเงินมัดจำที่สามารถขอคืนได้และการเปลี่ยนแปลงวันที่เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้มีโอกาสเป็นแขก” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย เน้นย้ำถึงขั้นตอนที่ดำเนินการเพื่อให้แน่ใจว่าสภาพแวดล้อมที่สะอาดและปลอดภัยสำหรับแขก เช่น ระเบียบปฏิบัติในการทำความสะอาดที่ได้รับการปรับปรุงและขั้นตอนการเช็ดคอตินแบบไร้สัมผัส การสื่อสารอย่างโปร่งใสเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยเป็นส่วนสำคัญของกลยุทธ์ทางการตลาด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“พลังของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในกิจกรรมของชุมชน สนับสนุนความคิดริเริ่มในท้องถิ่น และส่งเสริมแนวทางปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยทำให้อุตสาหกรรมสอดคล้องกับคุณค่าของชุมชนท้องถิ่นดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีใจเดียวกัน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“เน้นย้ำถึงความสำคัญของการโฆษณาที่ตรงเป้าหมาย ใช้แพลตฟอร์มการตลาดดิจิทัลเพื่อเข้าถึงกลุ่มประชากรและภูมิภาคเฉพาะที่แสดงความสนใจมาเที่ยวเชียงใหม่ ด้วยการเลือกกลุ่มเป้าหมายอย่างระมัดระวัง ได้เพิ่มประสิทธิภาพของความพยายามทางการตลาดให้สูงสุด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“ความสำคัญของการปรับตัวให้เข้ากับคนเร่ร่อนทางดิจิทัลและคนทำงานทางไกล สร้างแคมเปญการตลาดที่ปรับแต่งเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตนี้ การเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น Wi-Fi ที่วางใจได้ พื้นที่ทำงานที่สะดวกสบาย และสภาพแวดล้อมที่เงียบสงบได้รับการพิสูจน์แล้วว่ามีประสิทธิภาพในการดึงดูดผู้พเนจรทางดิจิทัล” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปจุดแข็ง และจุดอ่อนได้ว่า การทำตลาดโฮมสเตย์แม่กำปองในช่วงการระบาดของโควิด 19 จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความยั่งยืนควบคู่ไปกับประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครของชุมชน ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และมุ่งเน้นไปที่ตลาดเป้าหมายเฉพาะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งแสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จุดแข็ง และจุดอ่อนการตลาดของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
- สภาพแวดล้อมที่เงียบสงบและเป็นธรรมชาติ เหมาะสำหรับการพักผ่อนในช่วงการระบาด	- การเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลง
- ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสุขอนามัย	- การแข่งขันจากโฮมสเตย์อื่น ๆ ในภูมิภาคเพิ่มขึ้น
- เน้นย้ำถึงประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและคุณค่าของชุมชน	- ความต้องการที่พักแบบโฮมสเตย์อาจลดลงในระยะยาว
- มีความร่วมมือในท้องถิ่น	
- ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลาย	

1.3 การจัดการของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ธุรกิจโฮมสเตย์มีการทำงานอย่างใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมหมู่บ้านแม่กำปองให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยและมีความรับผิดชอบต่อ ด้วยความพยายามทางการตลาดร่วมกัน เน้นย้ำถึงโฮมสเตย์ที่ไม่เหมือนใครและมาตรการป้องกันโควิด19 สิ่งนี้สนับสนุนเศรษฐกิจในท้องถิ่นและรักษาการไหลเวียนของนักท่องเที่ยว เราฝึกอบรมเจ้าของที่พักโฮมสเตย์เกี่ยวกับหลักปฏิบัติด้านสุขอนามัยและการเว้นระยะห่างทางสังคม เพื่อให้มั่นใจถึงความมั่นใจของผู้เข้าพักและความปลอดภัยของชุมชน มาตรการของเรา รวมถึงการฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ การฝึกอบรม และบริการเพิ่มเติม เช่น เวิร์กช็อปออนไลน์ ชุมชนสนับสนุนโฮมสเตย์โดยให้ส่วนลด จัดกิจกรรม และส่งเสริมความปลอดภัย เราตั้งเป้าไปที่นักท่องเที่ยวในประเทศ สื่อสารอย่างชัดเจน และให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้เข้าพัก การวางแผนทางการเงิน ความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน และการวิจัยตลาดเป็นสิ่งสำคัญ ความหลากหลาย มาตรการด้านสุขภาพที่เข้มงวด การมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ทางคณะกรรมการได้ทำงานอย่างใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและหน่วยงานรัฐบาลเพื่อส่งเสริมให้หมู่บ้านแม่กำปองเป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยและมีความรับผิดชอบต่อ ด้วยความพยายามทางการตลาดร่วมกัน เราได้เน้นย้ำถึงลักษณะเฉพาะของโฮมสเตย์ของเราและข้อควรระวังในการลดการแพร่กระจายของโควิด 19 สิ่งนี้ช่วยรักษาการไหลเวียนของนักท่องเที่ยวในประเทศและสนับสนุนเศรษฐกิจในท้องถิ่น” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“ทางคณะกรรมการได้ร่วมมือกับหน่วยงานด้านสุขภาพในท้องถิ่นเพื่อให้การฝึกอบรมและการศึกษาแก่เจ้าของที่พักแบบโฮมสเตย์เกี่ยวกับแนวปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม ระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัย และมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม สิ่งนี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับแขกของเราเท่านั้น แต่ยังทำให้มั่นใจได้ว่าชุมชนยังคงปลอดภัย” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“เราได้ดำเนินการหลายมาตรการเพื่อรับมือกับความท้าทายที่เกิดจากโรคระบาด ประการแรก เราให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของทั้งชาวบ้านและผู้มาเยือน เราได้บังคับใช้ระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด เช่น การฆ่าเชื้อในโฮมสเตย์และพื้นที่สาธารณะเป็นประจำ เรายังจัดให้มีการฝึกอบรมแก่เจ้าของโฮมสเตย์เกี่ยวกับการปฏิบัติด้านสุขภาพและความปลอดภัยเพื่อให้แน่ใจว่าพวกเขามีความพร้อม” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“เพื่อจัดการกับความท้าทายเหล่านี้ เราได้มุ่งเน้นที่การนำเสนอที่หลากหลายของเรา เราสนับสนุนให้เจ้าของโฮมสเตย์ให้บริการเพิ่มเติม เช่น เวิร์กช็อปออนไลน์เกี่ยวกับงานฝีมือแบบดั้งเดิม หรือการทำอาหาร ซึ่งผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงได้จากระยะไกล สิ่งนี้ช่วยสร้างรายได้ในขณะเดียวกันก็ส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านของเรา” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“เราต้องปรับกลยุทธ์ของเราเพื่อความปลอดภัยของทั้งผู้มาเยือนและชาวบ้าน ชุมชนให้การสนับสนุนเป็นอย่างดี ชาวบ้านมารวมตัวกันเพื่อช่วยเหลือเจ้าของโฮมสเตย์ เสนอส่วนลดสำหรับผลผลิตในท้องถิ่น จัดกิจกรรมของชุมชน และมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการส่งเสริมให้หมู่บ้านเป็นสถานที่ที่ปลอดภัยและสวยงาม” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“เราได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและกำหนดเป้าหมายไปยังนักท่องเที่ยวในประเทศ เราได้ร่วมมือกับตัวแทนการท่องเที่ยวและใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อแสดงประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนใครและความงามตามธรรมชาติของหมู่บ้านของเรา นอกจากนี้ เรายังได้จัดทัวร์เสมือนจริงและเวิร์กช็อปเพื่อดึงดูดผู้เข้าชมที่มีศักยภาพ” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“ความสำคัญของการรักษาการสื่อสารอย่างเปิดเผยกับแขก รับประกันการสื่อสารที่ชัดเจน และทันเวลาที่เกี่ยวกับโปรโตคอลความปลอดภัย ข้อจำกัดการเดินทาง และความยืดหยุ่นในการจอง การจัดลำดับความสำคัญของความพึงพอใจของแขกและจัดการกับข้อกังวลในทันที สามารถสร้างความไว้วางใจและรักษาความภักดีของลูกค้าได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“การวางแผนการเงินและการจัดหางบประมาณ มีการดูแลค่าใช้จ่ายอย่างใกล้ชิด ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และแสวงหาโปรแกรมความช่วยเหลือทางการเงินที่เสนอโดยรัฐบาล มาตรการเหล่านี้ช่วยให้รักษาเสถียรภาพทางการเงินในช่วงเวลาที่ท้าทาย” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“ความจำเป็นของความคล่องตัวในการปรับการดำเนินงาน ปรับเปลี่ยนบริการและข้อเสนอของโฮมสเตย์ตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงและกฎระเบียบของรัฐบาล ความยืดหยุ่นในแง่ของการกำหนดค่าห้อง ตัวเลือกร้านอาหาร และขั้นตอนการเช็คอินทำให้สามารถตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของแขกได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“ในการจัดการพนักงาน มั่นใจว่าทีมได้รับการฝึกอบรมอย่างเพียงพอเกี่ยวกับโปรโตคอลด้านสุขภาพและความปลอดภัย และจัดหาทรัพยากรและการสนับสนุนที่จำเป็น การรักษาขวัญกำลังใจและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานมีบทบาทสำคัญในการมอบประสบการณ์ที่มีคุณภาพแก่แขก” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“ความสำคัญของการวิจัยตลาดและการวิเคราะห์คู่แข่ง ติดตามแนวโน้มอย่างใกล้ชิดและวิเคราะห์กลยุทธ์ของคู่แข่งเพื่อระบุช่องว่างและโอกาส ข้อมูลนี้เป็นแนวทางในกระบวนการตัดสินใจของเขาและทำให้สร้างความแตกต่างให้กับโฮมสเตย์ในตลาด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“การกระจายความเสี่ยง มีการขยายข้อเสนอออกเหนือจากที่พักโดยแนะนำบริการเพิ่มเติม เช่น ทัวร์ท้องถิ่น ชั้นเรียนทำอาหาร หรือกิจกรรมเพื่อสุขภาพ การกระจายความหลากหลายนี้ช่วยสร้างกระแสรายได้ทางเลือกและดึงดูดแขกได้หลากหลายมากขึ้น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัย ใช้ระเบียบการที่เข้มงวดเพื่อรับรองความเป็นอยู่ที่ดีของผู้เข้าพัก เช่น การฆ่าเชื้อตามปกติ การตรวจวัดอุณหภูมิ และบริการแบบไร้สัมผัส มาตรการเหล่านี้ไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของแขกเท่านั้น แต่ยังมีส่วนในการสร้างชื่อเสียงในเชิงบวกอีกด้วย” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“การสนับสนุนชุมชน มีส่วนร่วมอย่างแข็งขันกับชุมชนท้องถิ่นและร่วมมือกับธุรกิจใกล้เคียง ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือและส่งเสริมจุดหมายปลายทางโดยรวม สามารถช่วยฟื้นฟูระบบนิเวศการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“การใช้เทคโนโลยีในการปรับปรุงการดำเนินงาน ใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มการจองออนไลน์ ระบบการจัดการที่พัก และเครื่องมือการตลาดดิจิทัลเพื่อให้กระบวนการเป็นไปโดยอัตโนมัติและเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุด สิ่งนี้ทำให้สามารถจัดการการจองได้อย่างมีประสิทธิภาพและมุ่งเน้นไปที่ความพึงพอใจของแขก” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“ความจำเป็นในการปรับตัวอย่างต่อเนื่องและการสร้างนวัตกรรม ขอความคิดเห็นจากผู้เข้าพักอย่างสม่ำเสมอ ทำแบบสำรวจ และติดตามแนวโน้มของตลาดเพื่อระบุจุดที่ต้องปรับปรุง ด้วยการพัฒนาข้อเสนอและประสบการณ์ของผู้เข้าพักอย่างต่อเนื่อง จึงนำหน้าคู่แข่งอยู่เสมอ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปจุดแข็ง และจุดอ่อนได้ว่า หมู่บ้านแม่กำปองมีจุดแข็งที่โดดเด่นหลายประการ เช่น ชุมชนมีความร่วมมือที่ดี หมู่บ้านมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่โดดเด่น ผู้ประกอบการมีความยืดหยุ่นและปรับตัวได้ดี มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน อย่างไรก็ตาม หมู่บ้านแม่กำปองก็ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด19 อย่างหนัก จึงจำเป็นต้องเร่งปรับตัวและแก้ไขปัญหาจุดอ่อนต่าง ๆ เพื่อให้สามารถฟื้นตัวและเติบโตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งแสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จุดแข็ง และจุดอ่อนการจัดการของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - ชุมชนมีความร่วมมือที่ดี มีจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและร่วมกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ - หมู่บ้านมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่โดดเด่น - ผู้ประกอบการมีความยืดหยุ่นและปรับตัวได้ดี - มีการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 อย่างหนัก - ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และทักษะด้านการท่องเที่ยว - ขาดแคลนงบประมาณในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

1.4 การบริหารงานบุคคลของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์ พบว่า หมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่มีการใช้มาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของพนักงานและผู้เข้าพักในธุรกิจโฮมสเตย์ ซึ่งรวมถึงการล้างมือเป็นประจำ การสวมหน้ากากอนามัย และการรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล ความยืดหยุ่นในการจัดการงาน เช่น การทำงานจากระยะไกลและตารางกะ ได้รับการสนับสนุนให้ลดการติดต่อกับพนักงาน เจ้าของโฮมสเตย์ควรเพิ่มทักษะให้กับพนักงานผ่านการฝึกอบรมออนไลน์และกระจายข้อเสนอเพื่อปรับตัวให้เข้ากับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การสื่อสารและการประสานงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างธุรกิจ หน่วยงานท้องถิ่น และชุมชนได้รับการอำนวยความสะดวกผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เฉพาะและการประชุมปกติ มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลและการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านสุขอนามัย การสื่อสารที่ชัดเจน ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ความคล่องตัวในการจัดการงาน และเน้นย้ำให้เห็นถึงความพยายามของพนักงาน การฝึกอบรมข้ามสายงาน กิจกรรมการสร้างทีมเวิร์ค และการรักษานโยบายที่ยุติธรรมและโปร่งใสก็มีความสำคัญเช่นกัน ความเห็นอกเห็นใจและความเข้าใจ ตลอดจนความอ่อนไหวข้ามวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารงานบุคคลเพื่อตอบสนองแขกที่มาจากหลากหลายภูมิหลัง ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เราได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของพนักงานและแขก ประการแรก เราได้จัดให้มีการฝึกอบรมแก่เจ้าของที่พักและเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติด้านสุขภาพและสุขอนามัยที่แนะนำโดยหน่วยงานด้านสุขภาพ ซึ่งรวมถึงการล้างมือเป็นประจำ การสวมหน้ากากอนามัย และการรักษาระยะห่างระหว่างบุคคล” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“เรายังสนับสนุนให้ธุรกิจโฮมสเตย์ปรับใช้การจัดการงานที่ยืดหยุ่น เช่น การทำงานจากระยะไกลหรือการเปลี่ยนกะ เพื่อลดการสัมผัสระหว่างพนักงาน เราเข้าใจถึงความจำเป็นในการสร้างความสมดุลระหว่างความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของธุรกิจเหล่านี้กับความกังวลด้านสุขภาพของชุมชน” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“การบริหารงานบุคคลของธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง ต้องอาศัยการปรับตัวและความคิดสร้างสรรค์ เจ้าของโฮมสเตย์ได้รับการสนับสนุนให้เพิ่มพูนทักษะให้กับพนักงานโดยเสนอโปรแกรมการฝึกอบรมออนไลน์และเวิร์กช็อปในช่วงที่เศรษฐกิจชะลอตัว ธุรกิจบางประเภทยังได้กระจายข้อเสนอของพวกเขา เช่น การให้บริการจัดส่งหรือการจัดประสบการณ์เสมือนจริงเพื่อดึงดูดลูกค้า นอกจากนี้ หมู่บ้านยังได้จัดกิจกรรมเครือข่ายและช่วงแบ่งปันความรู้เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเจ้าของโฮมสเตย์และส่งเสริมการแก้ปัญหาที่เป็นนวัตกรรมใหม่” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“การสื่อสารและการประสานงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างธุรกิจโฮมสเตย์ หน่วยงานท้องถิ่น และชุมชน หมู่บ้านได้จัดตั้งช่องทางการสื่อสาร เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลสำคัญ ข้อมูลอัปเดต และแนวทางปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับโควิด 19 และผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว มีการจัดประชุมและปรึกษาหารือเป็นประจำเพื่อจัดการกับข้อกังวล แบ่งปันแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด และร่วมกันพัฒนากลยุทธ์เพื่อเอาชนะความท้าทายที่ธุรกิจโฮมสเตย์ต้องเผชิญ” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“การบริหารงานบุคคลในธุรกิจโฮมสเตย์ ประการแรก เราต้องใช้มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวดเพื่อให้แน่ใจว่าทั้งพนักงานและแขกของเรามีความเป็นอยู่ที่ดี สิ่งนี้เกี่ยวข้องกับการจัดหาอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล (PPE) เช่น หน้ากาก น้ายาฆ่าเชื้อ และถุงมือ ให้กับบุคลากรของเรา และฝึกอบรมพวกเขาเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม” (คณะกรรมการหมู่บ้าน คนที่ 1, 2566)

“การบริหารงานบุคคลของธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองมีความท้าทาย แต่เราดำเนินการเชิงรุกในการดำเนินมาตรการที่จำเป็นเพื่อความปลอดภัยของพนักงาน และแขกของเรา เขียวใหม่แสดงให้เห็นถึงความยืดหยุ่นและจิตวิญญาณของชุมชน ซึ่งช่วยให้เราผ่านพ้นช่วงเวลาที่ยากลำบากเหล่านี้ไปได้” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“การสื่อสารที่ชัดเจนและสม่ำเสมอกับพนักงาน จัดการประชุมบ่อยครั้ง ให้ข้อมูลอัปเดตเกี่ยวกับสถานการณ์ทางธุรกิจ และกล่าวถึงข้อกังวลหรือคำถามที่พนักงานมี สิ่งนี้ช่วยรักษาความโปร่งใสและเพิ่มขวัญกำลังใจ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัย โดยใช้ระเบียบปฏิบัติที่เข้มงวดและจัดหาอุปกรณ์ป้องกันที่จำเป็น นอกจากนี้ ยังสนับสนุนการพูดคุยอย่างเปิดเผย และจัดหาแหล่งข้อมูลสำหรับการสนับสนุนด้านสุขภาพจิต” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“ความต้องการความยืดหยุ่นในการจัดการงาน เสนอตัวเลือกการทำงานจากระยะไกลหากเป็นไปได้ ใช้กะที่สลับเปลี่ยน และปรับตารางเวลาเพื่อรองรับความท้าทายส่วนตัวหรือครอบครัวที่พนักงานต้องเผชิญ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“การฝึกอบรมและยกระดับทักษะพนักงาน มีการจัดการฝึกอบรมออนไลน์เพื่อเพิ่มพูนทักษะและความรู้ในช่วงเวลาที่มีผู้เข้าพักน้อย การลงทุนในการพัฒนาอาชีพนี้ช่วยกระตุ้นทีม” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“การฝึกอบรมข้ามสายงานพนักงาน ด้วยความต้องการที่ผันผวน ซึ่งมั่นใจว่าพนักงานมีทักษะที่หลากหลายเพื่อรับมือกับบทบาทและความรับผิดชอบที่หลากหลาย สิ่งนี้ทำให้มีความปลอดภัยในการทำงานและเพิ่มความยืดหยุ่นในการปฏิบัติงาน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“การยอมรับและให้รางวัลแก่ความพยายามของพนักงาน มีการใช้โปรแกรมสร้างแรงจูงใจเพื่อรับทราบผลงานที่โดดเด่นและกระตุ้นทีม การยอมรับนี้ทำหน้าที่เป็นกำลังใจในการทำงานในช่วงเวลาที่ท้าทาย” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“การสร้างเสริมความรู้สึกทำงานเป็นทีมและความสนิทสนมกัน มีการจัดกิจกรรมสร้างทีมทั้งแบบตัวต่อตัวและแบบเสมือนจริงเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“การรักษานโยบายที่ยุติธรรมและโปร่งใส ทำให้มั่นใจว่าพนักงานได้รับข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในนโยบายหรือขั้นตอน และความคิดเห็นมีความสำคัญต่อกระบวนการตัดสินใจ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“การเอาใจใส่และความเข้าใจ มีการตระหนักดีว่าพนักงานอาจเผชิญกับความยากลำบากส่วนตัวในช่วงการแพร่ระบาดและขยายการสนับสนุนโดยเสนอนโยบายการลาที่ยืดหยุ่นและทรัพยากรเพิ่มเติม เช่น บริการให้คำปรึกษา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“ความอ่อนไหวข้ามวัฒนธรรมในการบริหารงานบุคคล เนื่องจากหมู่บ้านแม่กำปองตั้งติดแขก จากหลากหลายภูมิภาค จึงให้การสนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการอบรมเรื่องความละเอียดอ่อนทาง วัฒนธรรมเพื่อให้แน่ใจว่าจะได้รับบริการที่ยอดเยี่ยมสำหรับแขกทุกคน” (ผู้ประกอบการด้านการ ท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 10, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปจุดแข็ง และจุดอ่อนได้ว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่ กำปองให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านความปลอดภัย ความเป็นอยู่ที่ดี และการทำงานเป็นทีม อย่างไรก็ตาม ธุรกิจเหล่านี้ยังคงต้องพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้และอยู่รอดได้ ในสถานการณ์ที่ท้าทาย ซึ่งแสดงดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จุดแข็ง และจุดอ่อนการบริหารงานบุคคลของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
- ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของพนักงาน และแขก	- ต้องใช้ทรัพยากรมาก
- มีการปรับตัวและความคิดสร้างสรรค์	- อาจทำให้พนักงานไม่พอใจ
- มีการสื่อสารและการประสานงานที่มี ประสิทธิภาพ	- อาจทำให้ยากต่อการควบคุมงาน
- ให้ความสำคัญกับความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน	- อาจต้องใช้ความพยายามมากขึ้น
- มีการยอมรับและให้รางวัลแก่ความพยายาม ของพนักงาน	

2. ปัจจัยภายนอก

2.1 กฎหมายและนโยบายของภาครัฐมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์ พบว่า รัฐบาลไทยได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อรับรองความปลอดภัย ของผู้อยู่อาศัยและผู้มาเยี่ยมชมในขณะที่เกิดการแพร่กระจายของไวรัส ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้าน แม่กำปองต้องปฏิบัติตามแนวทางด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวด รวมถึงการรักษาระยะห่าง ทางสังคม หลักปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม และการตรวจสอบสุขภาพของผู้เข้าพักและพนักงาน มี การสั่งปิดชั่วคราวและจำกัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงโฮมสเตย์ เพื่อป้องกันการชุมนุมขนาดใหญ่

และลดความเสี่ยงของการติดเชื้อ เจ้าของโฮมสเตย์ต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินงานตามกฎระเบียบซึ่งมีการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ อุตสาหกรรมโฮมสเตย์ได้รับผลกระทบอย่างมากจากโรคระบาด โดยมีนักท่องเที่ยวลดลงและต้นทุนการดำเนินงานเพิ่มขึ้นเนื่องจากมาตรการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“รัฐบาลไทยได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของผู้พักอาศัยและผู้มาเยี่ยมเยียน ในขณะเดียวกันก็ลดการแพร่กระจายของไวรัสให้น้อยที่สุด มาตรการดังกล่าวส่งผลกระทบต่อธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองเช่นกัน รัฐบาลได้แนะนำแนวทางด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวดสำหรับภาคการท่องเที่ยว เมื่อมีการผ่อนปรนข้อจำกัดต่าง ๆ โฮมสเตย์จำเป็นต้องปฏิบัติตามแนวทางเหล่านี้ ซึ่งรวมถึงการใช้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม การปฏิบัติด้านสุขอนามัยและสุขอนามัยที่เหมาะสม และการตรวจสอบสุขภาพของผู้เข้าพักและพนักงาน” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“หนึ่งในนโยบายสำคัญที่นำมาใช้คือการปิดกิจกรรมการท่องเที่ยวชั่วคราว รวมถึงโฮมสเตย์ เพื่อป้องกันการชุมนุมขนาดใหญ่และลดความเสี่ยงของการติดเชื้อ มาตรการนี้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์โดยรวมเพื่อควบคุมการแพร่กระจายของโควิด 19 ยังมีข้อจำกัดเกี่ยวกับจำนวนผู้เข้าพักในแต่ละโฮมสเตย์เพื่อรักษาระยะห่างทางกายภาพ ข้อจำกัดเหล่านี้แตกต่างกันไปตามขนาดและความจุของที่พัก เจ้าของโฮมสเตย์ต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎระเบียบเหล่านี้” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้รับผลกระทบอย่างมากจากกฎหมายและนโยบายของรัฐบาล รัฐบาลได้ออกแนวทางด้านสุขภาพและความปลอดภัยสำหรับภาคการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองต้องปฏิบัติตามแนวทางเหล่านี้ ซึ่งรวมถึงมาตรการต่าง ๆ เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม การฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ และการตรวจสอบสุขภาพของผู้เข้าพักและพนักงาน” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“เพื่อควบคุมการแพร่กระจายของไวรัส รัฐบาลได้ดำเนินการปิดชั่วคราวและจำกัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงโฮมสเตย์ นี่เป็นขั้นตอนที่จำเป็นเพื่อความปลอดภัยของทั้งผู้มาเยือนและผู้อยู่อาศัย สิ่งสำคัญคือต้องทราบว่าแนวทางเหล่านี้ได้รับการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เจ้าของโฮมสเตย์ต้องรับทราบข้อมูลและปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎระเบียบล่าสุด” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“รัฐบาลดำเนินการปิดชั่วคราวและจำกัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงโฮมสเตย์ เพื่อป้องกันการแพร่กระจายของไวรัส สิ่งนี้ทำขึ้นเพื่อจัดลำดับความสำคัญด้านสุขภาพและความปลอดภัยของทั้งผู้มาเยือนและชุมชนท้องถิ่น แนวปฏิบัติได้รับการปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอตามสถานการณ์ที่

เปลี่ยนแปลง ดังนั้นเจ้าของโฮมสเตย์จึงต้องรับทราบข้อมูลและปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของตนให้สอดคล้องกัน” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“รัฐบาลได้ออกแนวทางและระเบียบปฏิบัติสำหรับภาคการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ต้องปฏิบัติตามแนวทางเหล่านี้ ซึ่งรวมถึงมาตรการต่าง ๆ เช่น การเว้นระยะห่างทางสังคม การฆ่าเชื้อบ่อย ๆ และการติดตามผู้เข้าพักและพนักงานเพื่อหาสัญญาณของการเจ็บป่วย เชิงใหม่ก็เหมือนกับที่อื่น ๆ ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการระบาดของโควิด 19 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประสบปัญหาเนื่องจากการจำกัดการเดินทางและความกังวลด้านความปลอดภัย” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“มาตรการจำกัดการเดินทางและมาตรการล็อกดาวน์ที่รัฐบาลกำหนด นโยบายเหล่านี้ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก ซึ่งส่งผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ของเขาอย่างมาก เน้นความจำเป็นในการสนับสนุนทางการเงินในช่วงเวลานี้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“ประสบการณ์เกี่ยวกับโครงการความช่วยเหลือทางการเงินของรัฐบาล กล่าวว่าการสนับสนุนช่วยบรรเทาได้บ้างในช่วงปิดทำการเมื่อโฮมสเตย์ต้องหยุดดำเนินการชั่วคราวเนื่องจากการแพร่ระบาด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับด้านสุขภาพและความปลอดภัย รัฐบาลได้กำหนดแนวทางปฏิบัติที่เข้มงวด เช่น มาตรการฆ่าเชื้อและข้อกำหนดการเว้นระยะห่างทางสังคม ซึ่งต้องปฏิบัติตาม การปฏิบัติตามมาตรการเหล่านี้ส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพิ่มขึ้น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“ผลกระทบของกฎการแบ่งเขตและการออกใบอนุญาตในท้องถิ่น ความสำคัญของการขออนุญาตและใบอนุญาตที่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจโฮมสเตย์ตามกฎหมายท้องถิ่น หากไม่ทำเช่นนั้นอาจส่งผลให้ถูกลงโทษหรือถูกปิด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“ผลกระทบของกฎระเบียบด้านภาษีที่มีต่อธุรกิจโฮมสเตย์รัฐบาลได้แนะนำมาตรการผ่อนปรนและการยกเว้นภาษีเพื่อสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็กในช่วงที่เกิดโรคระบาด ซึ่งช่วยบรรเทาทางการเงินบางส่วน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“บทบาทของโครงการริเริ่มของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ รัฐบาลดำเนินการรณรงค์และให้สิ่งจูงใจเพื่อส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นสำรวจพื้นที่ ความคิดริเริ่มเหล่านี้ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวในประเทศมาที่โฮมสเตย์” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“ข้อจำกัดการเดินทางและข้อกำหนดบางประการสำหรับชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศมีผลกระทบต่อโฮมสเตย์ เนื่องจากต้องอาศัยแขกต่างชาติ ต้องหันเหการทำตลาดไปที่นักท่องเที่ยวในประเทศ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“รัฐบาลได้ลงทุนในการปรับปรุงถนน การคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในพื้นที่ ซึ่งส่งผลดีทางอ้อมต่อธุรกิจโฮมสเตย์ด้วยการทำให้ผู้คนเข้าถึงจุดหมายปลายทางได้ง่ายขึ้น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“รัฐบาลกำหนดให้โฮมสเตย์ต้องเก็บรักษาข้อมูลของผู้เข้าพักเพื่อวัตถุประสงค์ในการติดตามผู้สัมผัส ความท้าทายในการจัดการข้อกำหนดเหล่านี้ ในขณะที่เดียวกันก็รับประกันความเป็นส่วนตัวของแขกและความปลอดภัยของข้อมูล” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“การอัปเดตอย่างสม่ำเสมอและการสื่อสารที่ชัดเจนจากรัฐบาลเกี่ยวกับคำแนะนำการเดินทาง ข้อจำกัด และโปรแกรมสนับสนุนช่วยให้ตัดสินใจอย่างมีข้อมูลสำหรับโฮมสเตย์” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปโอกาสและอุปสรรค ได้ว่า กฎหมายและนโยบายของภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและกำกับดูแลธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง ภาครัฐควรพิจารณาผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบของกฎหมายและนโยบายเหล่านี้อย่างรอบคอบ เพื่อช่วยให้ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนและเติบโตอย่างมีคุณภาพ ซึ่งแสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 จุดแข็ง และจุดอ่อนกฎหมายและนโยบายของภาครัฐมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - รัฐบาลออกแนวทางด้านสุขภาพและความปลอดภัยสำหรับภาคการท่องเที่ยว ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวและทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง - รัฐบาลมีโครงการริเริ่มเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวในประเทศมายังโฮมสเตย์ - รัฐบาลลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ซึ่งทำให้ผู้คนเข้าถึงจุดหมายปลายทางได้ง่ายขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - มาตรการจำกัดการเดินทางและข้อกำหนดบางประการสำหรับชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของธุรกิจโฮมสเตย์ - รัฐบาลกำหนดให้โฮมสเตย์ต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวด ซึ่งส่งผลให้มีความค่าใช้จ่ายในการดำเนินการเพิ่มขึ้น - รัฐบาลกำหนดให้โฮมสเตย์ต้องเก็บรักษาข้อมูลของผู้เข้าพักเพื่อวัตถุประสงค์ในการติดตามผู้สัมผัส ซึ่งอาจกระทบต่อความเป็นส่วนตัวของแขกและความปลอดภัยของข้อมูล

2.2 เศรษฐกิจมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์ พบว่า การระบาดของโควิด 19 ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง การจำกัดการเดินทางและความหวาดกลัวต่อไวรัสทำให้การท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก ส่งผลให้อัตราการเข้าพักและรายได้ของชุมชนท้องถิ่นลดลงอย่างมาก หลายครอบครัวที่พึ่งพาธุรกิจโฮมสเตย์ในการดำรงชีวิตประสบปัญหาทางการเงินและต้องหาแหล่งรายได้อื่น การลดลงของการท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบต่อภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น การคมนาคมขนส่ง มีคูปองที่ท้องถิ่นและการขายสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจโดยรวมของหมู่บ้าน แม้จะมีความท้าทาย ผู้ประกอบการบางรายก็ปรับตัวโดยนำเสนอประสบการณ์เสมือนจริง ชั้นเรียนออนไลน์ ที่พักระยะยาว และการลงทุนในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรักษาธุรกิจ และส่งเสริมความสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น มีความพยายามส่งเสริมให้หมู่บ้านเป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยและยั่งยืนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมา ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“หมู่บ้านแม่กำปองซึ่งเป็นที่รู้จักในด้านธุรกิจโฮมสเตย์ได้เผชิญกับความท้าทายทางเศรษฐกิจที่สำคัญเนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 เนื่องจากโรคระบาดส่งผลกระทบต่อการเดินทางระหว่างประเทศและในประเทศ การท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของโฮมสเตย์จึงลดลงอย่างมาก ธุรกิจโฮมสเตย์หลายแห่งต้องปิดตัวลงชั่วคราวหรือดำเนินการด้วยกำลังการผลิตที่จำกัด ส่งผลให้รายได้ลดลงอย่างมาก” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“ผลกระทบต่อธุรกิจโฮมสเตย์ค่อนข้างรุนแรง ข้อจำกัดในการเดินทางและความหวาดกลัวของไวรัสทำให้นักท่องเที่ยวไม่ยอมมาเยี่ยมชมหมู่บ้าน นอกจากนี้ การยกเลิกงานอีเวนต์ เทศกาล และกิจกรรมกลุ่มยิ่งทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์ลดลง ธุรกิจเหล่านี้พึ่งพานักท่องเที่ยวจำนวนมาก และการท่องเที่ยวที่ลดลงอย่างกะทันหันส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจโดยรวม” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“สถานการณ์โควิด 19 ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโฮมสเตย์ของเราอย่างมาก ก่อนเกิดโรคระบาดหมู่บ้านของเราได้ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศจำนวนมากเข้ามาแสวงหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แท้จริง อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดด้านการเดินทางและความกังวลด้านความปลอดภัย จำนวนผู้เข้าชมจึงลดลงอย่างมาก เคยมีอัตราการเข้าพักประมาณ 80% ตลอดทั้งปี อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่มีการระบาดใหญ่ อัตราการเข้าพักของเราลดลงเหลือต่ำกว่า 10% การลดลงอย่างมากนี้ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากหลายครอบครัวพึ่งพารายได้ที่เกิดจากธุรกิจโฮมสเตย์ในการดำรงชีวิต” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“หลายครอบครัวที่พึ่งพารายได้จากการต้อนรับแขกต้องหาแหล่งรายได้อื่น บางคนหันไปทำการเกษตร บางคนเริ่มทำธุรกิจเล็ก ๆ หรือขายสินค้าพื้นเมืองและงานฝีมือขาย อย่างไรก็ตาม ความพยายามเหล่านี้ไม่สามารถทดแทนรายได้ที่เกิดจากโฮมสเตย์ได้ทั้งหมด ธุรกิจโฮมสเตย์มีส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น เนื่องจากสนับสนุนบริการเสริมต่าง ๆ เช่น การขนส่ง มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และการขายสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น ด้วยการลดลงของการท่องเที่ยวภาคส่วนเหล่านี้ได้รับความเดือดร้อนเช่นกัน การไม่มีนักท่องเที่ยวส่งผลให้รายได้ของหมู่บ้านลดลงและส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจโดยรวม” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“ก่อนเกิดโรคระบาด หมู่บ้านของเราเจริญรุ่งเรืองในด้านการท่องเที่ยว โดยมีผู้มาเยือนจำนวนมากมาสัมผัสวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของเราและเข้าพักในโฮมสเตย์แบบดั้งเดิมของเรา อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่เกิดการระบาดของโควิด 19 ข้อจำกัดและข้อกั่วงวลด้านการเดินทางทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“ธุรกิจโฮมสเตย์ของเราประสบปัญหาอย่างหนัก การจองจำนวนมากถูกยกเลิก และเราพบว่าอัตราการเข้าพักลดลงอย่างมาก เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาน้อยลง รายได้ของเราจึงลดลงอย่างมาก ทำให้หลายครอบครัวประสบปัญหาทางการเงินซึ่งพึ่งพาธุรกิจโฮมสเตย์เป็นแหล่งรายได้หลัก” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“สถานการณ์โควิด 19 ส่งผลกระทบร้ายแรงต่อธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา ด้วยมาตรการจำกัดการเดินทางและการล็อกดาวน์ นักท่องเที่ยวจึงลดลงอย่างมาก การจองของเราลดลงกว่า 80% เมื่อเทียบกับช่วงก่อนเกิดโรคระบาด เราต้องดิ้นรนเพื่อให้ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและต้องเลิกจ้างพนักงานบางคน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“โรคระบาดได้หยุดธุรกิจโฮมสเตย์ของเราโดยสิ้นเชิง เราต้องปิดชั่วคราวเนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมหมู่บ้าน รายได้ของเราลดลงเหลือศูนย์ และเราต้องค้นหาแหล่งรายได้อื่น ๆ เพื่อรักษาตัวเองในช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“เราประสบปัญหาการจองลดลงอย่างรวดเร็วเนื่องจากข้อจำกัดด้านการเดินทางและความกลัวไวรัส อย่างไรก็ตาม เราปรับตัวโดยนำเสนอประสบการณ์เสมือนจริงและชั้นเรียนทำอาหารออนไลน์เพื่อสร้างรายได้ แม้ว่ารายได้ของเราจะเทียบไม่ได้กับช่วงก่อนเกิดโรคระบาด แต่ก็ช่วยให้เราอยู่รอดในช่วงเวลาที่ท้าทายเหล่านี้ได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“การแพร่ระบาดทำให้เราต้องเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจของเรา เราเริ่มให้บริการที่พักระยะยาว สำหรับชาวท้องถิ่นที่ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศในช่วงล็อกดาวน์ กลยุทธ์นี้ช่วยให้เรารักษาระดับรายได้ขั้นต่ำและส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“ธุรกิจโฮมสเตย์ของเราอาศัยนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก การจำกัดการเดินทางและการปิดพรมแดนทำให้การจองของเราล่มสลายโดยสิ้นเชิง ขณะนี้เรากำลังมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวภายในประเทศและกำหนดเป้าหมายไปยังเมืองใกล้เคียงเพื่อดึงดูดผู้เข้าพักที่กำลังมองหาประสบการณ์ในท้องถิ่น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“การระบาดใหญ่ทำให้เรามีโอกาสประเมินธุรกิจของเราใหม่และลงทุนในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เราใช้เวลาหยุดทำงานเพื่อปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในโฮมสเตย์ อัปเดตสิ่งอำนวยความสะดวก และปรับปรุงมาตรการด้านความปลอดภัย แม้ว่าจะเป็นช่วงเวลาที่ทำลายทางการเงิน แต่เราหวังสำหรับอนาคตที่ดีขึ้น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“เราเห็นว่าการจองของเราฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปเมื่อสถานการณ์ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังห่างไกลจากระดับก่อนเกิดโรคระบาด เราได้ดำเนินมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวดเพื่อให้แน่ใจว่าแขกของเรามีความเป็นอยู่ที่ดี ซึ่งช่วยเรียกความไว้วางใจจากผู้มีโอกาสเป็นแขกกลับคืนมาได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“การขาดนักท่องเที่ยวเนื่องจากโรคระบาดส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นเป็นลำดับ ธุรกิจจำนวนมากในหมู่บ้าน เช่น ร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหารท้องถิ่นก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน เรากำลังร่วมมือกับผู้ประกอบการรายอื่นเพื่อสร้างแพ็คเกจและส่งเสริมหมู่บ้านแม่กำปองให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยและยั่งยืนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“ธุรกิจโฮมสเตย์ของเราพึ่งพาการบอกปากต่อปาก และแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างมาก สำหรับการตลาด อย่างไรก็ตาม ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง เราจึงเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญในการรักษาสถานะออนไลน์ของเราและดึงดูดลูกค้าใหม่ เรากำลังสำรวจความร่วมมือกับตัวแทนการท่องเที่ยวและใช้โซเชียลมีเดียเพื่อให้มองเห็นได้อีกครั้ง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“การระบาดใหญ่สอนให้เรารู้ถึงความสำคัญของความหลากหลาย เราได้เริ่มให้บริการเพิ่มเติม เช่น ไกด์เดินชมธรรมชาติ เวิร์กช็อปทางวัฒนธรรม และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา วิธีการนี้ช่วยให้เราลดความสูญเสียทางการเงินบางส่วนที่เกิดจากโรคระบาด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปโอกาส และอุปสรรคได้ว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากสถานการณ์โควิด 19 ส่งผลให้อัตราการเข้าพักและรายได้ของชุมชนท้องถิ่นลดลงอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการบางส่วนได้ปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์นี้ เช่น นำเสนอประสบการณ์เสมือนจริง ชั้นเรียนออนไลน์ ที่พักระยะยาว และการลงทุนในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งแสดงดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 โอกาส และอุปสรรคเศรษฐกิจมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
- ความต้องการการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหลังจากสถานการณ์โควิด 19 คลี่คลาย	- ความกังวลด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
- การปรับตัวของผู้ประกอบการโฮมสเตย์	- การแข่งขันจากธุรกิจที่พักอื่น ๆ
- การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	- การขาดแคลนแรงงาน

2.3 สังคมและวัฒนธรรมมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ได้รับผลกระทบอย่างมากจากสถานการณ์โควิด 19 ส่งผลให้เกิดความท้าทายทางสังคมและวัฒนธรรม การลดลงของการท่องเที่ยวทำให้ปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นลดลง ขัดขวางการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและความเข้าใจ การไม่มีนักท่องเที่ยวทำให้โครงสร้างทางสังคมและความสามัคคีของชุมชนหยุดชะงัก ส่งผลกระทบต่อประเพณี กิจกรรมทางวัฒนธรรม และความมั่นคงทางการเงินของสมาชิกในชุมชนบางส่วน อย่างไรก็ตาม การระบาดใหญ่ยังเน้นให้เห็นถึงความยืดหยุ่นและความสามัคคีของชุมชน กระตุ้นให้หาวิธีอื่นในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมของตนได้สำรวจกิจกรรมเสมือนจริงและความคิดริเริ่มในท้องถิ่นเพื่อรักษาแนวปฏิบัติทางวัฒนธรรม แม้จะมีความท้าทาย แต่ก็มีแง่ดีสำหรับอนาคตเมื่ออัตราการฉีดวัคซีนเพิ่มขึ้นและข้อจำกัดการเดินทางถูกยกเลิก ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ผลกระทบทางสังคมได้รับความรู้สึกภายในชุมชนเช่นกัน ธุรกิจโฮมสเตย์มีความเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของแม่กำปอง เมื่อมีแขกน้อยลง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือนและคนในท้องถิ่นก็ลดลง ส่งผลต่อการ

แลกเปลี่ยนและความเข้าใจทางวัฒนธรรม” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“หมู่บ้านแม่กำปองและเชียงใหม่ได้รับผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมต่อธุรกิจโฮมสเตย์ เนื่องจากสถานการณ์โควิด19 การลดลงของการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของชุมชนท้องถิ่นและขัดขวางการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ทำให้เกิดความท้าทายในการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“การลดลงของธุรกิจโฮมสเตย์ได้ทำลายโครงสร้างทางสังคมของหมู่บ้านของเรา ชุมชนของเราเติบโตจากการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้มาเยือน เนื่องจากเป็นโอกาสในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับวิถีชีวิตของเรา ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่น้อยลง ปฏิสัมพันธ์เหล่านี้จึงลดลงอย่างมาก ส่งผลกระทบต่อประเพณี กิจกรรมทางวัฒนธรรม และการแบ่งปันความรู้ระหว่างรุ่นของเรา” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“การลดลงของธุรกิจโฮมสเตย์ส่งผลกระทบต่อความสามัคคีของชุมชนด้วย โฮมสเตย์เคยพาเราารวมกันเพราะเราจะเป็นเจ้าภาพร่วมกันและมีส่วนร่วมกับแขก ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนี้ถูกรบกวน และสมาชิกในชุมชนบางคนที่อาศัยรายได้จากโฮมสเตย์ประสบปัญหาทางการเงินเรากำลังทำงานเพื่อหาทางเลือกอื่นในการอนุรักษ์มรดกทางสังคมและวัฒนธรรมของเราไปพร้อมกับ การปรับให้เข้ากับสถานการณ์ปัจจุบัน” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“โครงสร้างทางสังคมของหมู่บ้านของเราประสบความเครียดเนื่องจากปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวลดลง การไม่มีผู้มาเยือนส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของชุมชนและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมที่มักเกิดขึ้นระหว่างประสบการณ์การเข้าพักแบบโฮมสเตย์ ความมีชีวิตชีวาและความหลากหลายที่นักท่องเที่ยวนำมาสู่หมู่บ้านของเราได้หายไปในช่วงเวลานี้” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“การระบาดใหญ่ยังเน้นย้ำถึงความยืดหยุ่นและความสามัคคีภายในชุมชนของเรา เราได้ร่วมกันสนับสนุนซึ่งกันและกันและหาทางออกที่สร้างสรรค์เพื่อรักษาประเพณีวัฒนธรรมของเรา แม้จะมีความท้าทาย แต่เราก็สามารถรักษาแนวทางปฏิบัติทางวัฒนธรรมของเราผ่านกิจกรรมในท้องถิ่นและกิจกรรมเสมือนจริง” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมมีความสำคัญต่อธุรกิจโฮมสเตย์ของเราในหมู่บ้านแม่กำปอง เนื่องจากข้อจำกัดในการเดินทางและความกังวลด้านความปลอดภัย จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนหมู่บ้านของเราจึงลดลงอย่างมาก สิ่งนี้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจของเราเนื่องจากเราพึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“หมู่บ้านของเราเติบโตจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น จากการระบาดของนักท่องเที่ยวล้นเลที่จะเดินทาง ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา การขาดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการไม่สามารถแบ่งปันประเพณีและขนบธรรมเนียมของเราเป็นสิ่งที่ทำลาย” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 2, 2566)

“โรคระบาดได้รับกวนประสพการณ์ทางวัฒนธรรมที่เรานำเสนอแก่แขกของเรา โฮมสเตย์ของเราออกแบบมาเพื่อให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ด้วยปฏิสัมพันธ์และการชุมนุมที่จำกัด เราต้องปรับตัวและหาวิธีอื่นในการมีส่วนร่วมแขกในขณะที่ยังคงใส่ใจในความปลอดภัย” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 3, 2566)

“มาตรการรักษาระยะห่างทางสังคมยังส่งผลกระทบต่อส่วนรวมของโฮมสเตย์ของเรา เราเคยทำกิจกรรมกลุ่มและทานอาหารร่วมกัน ซึ่งสร้างความรู้สึกเป็นชุมชน ตอนนี้เราต้องจำกัดขนาดกลุ่มและจัดที่นั่งใหม่เพื่อรักษาระยะห่าง ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสพการณ์โดยรวม” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 4, 2566)

“การยกเลิกเทศกาลและกิจกรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว กิจกรรมทางวัฒนธรรมเหล่านี้เปิดโอกาสให้เราได้แสดงประเพณีของเรา และสร้างธุรกิจเนื่องจากไม่อยู่ จึงเป็นเรื่องยากที่จะดึงดูดผู้มาเยือนโฮมสเตย์ของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 5, 2566)

“เราได้เห็นคนในท้องถิ่นบางส่วนยอมรับสถานการณ์ด้วยการส่งเสริมประสพการณ์ทางวัฒนธรรมเสมือนจริง ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เราสามารถแบ่งปันประเพณีของเรา เปิดสอนทำอาหาร และแม้แต่ทัวร์เสมือนจริงของหมู่บ้าน เป็นประสพการณ์ที่แตกต่าง แต่ช่วยให้ธุรกิจของเราอยู่รอดได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 6, 2566)

“การแพร่ระบาดได้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการกระจายความเสี่ยง พวกเราหลายคนเริ่มสำรวจแหล่งรายได้อื่น ๆ เช่น การขายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในท้องถิ่นหรือจัดเวิร์กช็อปเกี่ยวกับงานฝีมือแบบดั้งเดิม สิ่งนี้ช่วยให้เราปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและสนับสนุนชุมชนของเราต่อไป” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 7, 2566)

“แม้จะมีความท้าทาย แต่เราได้เห็นความชื่นชมต่อการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและอย่างยั่งยืน เนื่องจากผู้คนจำนวนมากให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสนับสนุนธุรกิจในพื้นที่ เราหวังว่าจะดึงดูดผู้เยี่ยมชมที่ให้ความสำคัญกับประสพการณ์ทางวัฒนธรรมที่แท้จริงและเต็มใจที่จะสนับสนุนโฮมสเตย์ของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 8, 2566)

“การแพร่ระบาดทำให้ชุมชนของเราใกล้ชิดกันมากขึ้น เราได้ร่วมมือกับโฮมสเตย์ในบริเวณใกล้เคียงเพื่อพัฒนาโปรโตคอลด้านความปลอดภัย แบ่งปันทรัพยากร และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ความสามัคคีนี้ช่วยให้เราผ่านช่วงเวลาที่ยากลำบากและหาทางออกที่สร้างสรรค์” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 9, 2566)

“เรามองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับอนาคต เนื่องจากการฉีดวัคซีนแพร่หลายมากขึ้นและการจำกัดการเดินทางผ่อนคลายลง เราคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป เรากำลังเตรียมพร้อมสำหรับยุคหลังการแพร่ระบาดด้วยการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก ขยายบริการ และดำเนินมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยใหม่ ๆ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 10, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปโอกาส และอุปสรรคได้ว่า โควิด 19 ทำให้ชุมชนมีเวลาและทรัพยากรในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมมากขึ้น นอกจากนี้ ยังทำให้ชุมชนได้เรียนรู้วิธีปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ ๆ เช่น การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและการให้บริการนักท่องเที่ยวแบบดิจิทัล ในส่วนของอุปสรรค โควิด 19 ทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์ขาดรายได้จากนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้หลักของชุมชน นอกจากนี้ ยังทำให้ชุมชนขาดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งแสดงดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 โอกาส และอุปสรรคสังคมและวัฒนธรรมมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
- นักท่องเที่ยวมีความต้องการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นหลังโควิด 19	- ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความกังวลและกลัวที่จะเดินทาง
- ชุมชนมีความเข้าใจและเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นมากขึ้น	- การขาดรายได้จากการท่องเที่ยวอาจทำให้ชุมชนไม่สามารถอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นได้
- ชุมชนมีความคิดริเริ่มใหม่ ๆ ในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	- การสูญเสียทักษะและความรู้ทางวัฒนธรรมอาจเกิดขึ้นหากไม่มีนักท่องเที่ยว
- ชุมชนมีความร่วมมือกันมากขึ้น	- การขาดการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนบางกลุ่มอาจทำให้เกิดความแตกแยก

2.4 เทคโนโลยีที่มีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์ พบว่า เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงการระบาดของโควิด19 แพลตฟอร์มการจองออนไลน์ช่วยให้เจ้าของโฮมสเตย์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น ทำให้กระบวนการจองราบรื่นและไม่ต้องสัมผัส ทัวร์เสมือนจริงและประสบการณ์ออนไลน์กลายเป็นที่นิยม ทำให้ผู้ที่มีโอกาสเป็นแขกสามารถสำรวจสถานที่ให้บริการและทำการตัดสินใจโดยใช้ข้อมูลโดยไม่ต้องไปเยี่ยมชมด้วยตนเอง เทคโนโลยียังอำนวยความสะดวกในการสื่อสารและการทำธุรกรรมออนไลน์ด้วยระบบการจองออนไลน์ที่ปลอดภัย ซึ่งช่วยลดความจำเป็นในการติดต่อดังกล่าว นอกจากนี้ เทคโนโลยียังช่วยปรับบริการให้เข้ากับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การใช้ระบบชำระเงินออนไลน์และการนำเสนอทัวร์เสมือนจริง โซเชียลมีเดียและการตลาดแบบอินฟลูเอนเซอร์ถูกนำมาใช้เพื่อโปรโมตโฮมสเตย์ ในขณะที่เทคโนโลยีได้เปิดใช้งานกระบวนการเช็คอิน/เช็คเอาท์แบบไร้สัมผัสและปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยรวมแล้ว เทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการรักษาและเปลี่ยนแปลงธุรกิจโฮมสเตย์ ทำให้สามารถจองและสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่ท้าทายเหล่านี้ หนึ่งในเทคโนโลยีสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโฮมสเตย์คือแพลตฟอร์มการจองออนไลน์ แพลตฟอร์มเหล่านี้ช่วยให้เจ้าของโฮมสเตย์เข้าถึงผู้ชมได้กว้างขึ้นและโปรโมตที่พักของพวกเขาทางออนไลน์ ขณะนี้นักท่องเที่ยวสามารถเรียกดูและจองโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองจากที่บ้านได้อย่างสะดวกสบาย มั่นใจได้ถึงขั้นตอนการจองที่ไร้รอยต่อและไม่ต้องสัมผัส” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“เทคโนโลยียังอำนวยความสะดวกในทัวร์เสมือนจริงและประสบการณ์ออนไลน์ ซึ่งได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วงที่มีการระบาดใหญ่ เจ้าของโฮมสเตย์ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อให้บริการทัวร์เสมือนจริงของที่พัก โดยนำเสนอคุณสมบัติและประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครที่พวกเขามอบให้ สิ่งนี้ทำให้ผู้มีโอกาสเป็นแขกสามารถรับรู้ถึงสิ่งที่คาดหวังและทำการตัดสินใจโดยปราศจากข้อมูลโดยไม่ต้องไปที่สถานที่นั้น นอกจากนี้ ยังมีการแนะนำประสบการณ์ออนไลน์ เช่น ชั้นเรียนทำอาหาร การแสดงทางวัฒนธรรม หรือการเดินชมธรรมชาติพร้อมไกด์ ซึ่งมอบประสบการณ์ที่คุ้มค่าแก่ผู้เข้าพักจากระยะไกล” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการรักษาธุรกิจโฮมสเตย์ในช่วงเวลาที่ท้าทายเหล่านี้ ด้วยข้อจำกัดในการเดินทางและความกังวลด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวจำนวนมากจึงหันมาใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อสำรวจและจองที่พัก เราใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมบริการ

โฮมสเตย์ของเราและเข้าถึงผู้ชมที่กว้างขึ้นผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“เทคโนโลยีได้อำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรมออนไลน์ ขณะนี้เรามีระบบการจองออนไลน์ที่ให้ผู้เยี่ยมชมจองการเข้าพักและชำระเงินได้อย่างปลอดภัย ลดความจำเป็นในการติดต่อด้วยตนเอง สิ่งนี้ช่วยให้เราปฏิบัติตามมาตรการรักษาระยะห่างทางสังคมในขณะที่รักษาขั้นตอนการจองที่ราบรื่นสำหรับแขกของเรา” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“ในแง่ของเทคโนโลยี เราสังเกตเห็นว่าแพลตฟอร์มการจองออนไลน์และการตลาดดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ของเราในช่วงสถานการณ์โควิด19 แพลตฟอร์มเหล่านี้ช่วยให้เราเข้าถึงผู้ชมที่กว้างขึ้นและดึงดูดผู้เข้าพักที่สนใจสัมผัสประสบการณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและเข้าพักในบ้านแบบดั้งเดิมของเรา นอกจากนี้ เรายังใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพื่อแสดงคุณลักษณะเฉพาะและมาตรการความปลอดภัยของโฮมสเตย์ของเรา ซึ่งช่วยสร้างความไว้วางใจและสร้างความมั่นใจให้กับแขกที่เข้าพัก” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“เทคโนโลยียังช่วยให้เราสามารถปรับบริการของเราให้เข้ากับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของแขกของเรา ตัวอย่างเช่น เราได้นำระบบการชำระเงินออนไลน์มาใช้เพื่อลดการสัมผัสทางกายและรับประกันว่าขั้นตอนการทำธุรกรรมจะราบรื่นขึ้น นอกจากนี้ เรายังใช้ประโยชน์จากเครื่องมือการประชุมทางวิดีโอเพื่อให้บริการทัวร์เสมือนจริงของโฮมสเตย์ของเรา ทำให้แขกได้เห็นความงามของหมู่บ้านและช่วยให้พวกเขาตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูลก่อนที่จะมาถึง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยให้เรารักษากระแสการจองที่สม่ำเสมอและรักษาธุรกิจโฮมสเตย์ของเราในช่วงเวลาที่ท้าทายเหล่านี้” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการอยู่รอดของธุรกิจโฮมสเตย์ในช่วงสถานการณ์โควิด19 เราใช้แพลตฟอร์มการจองออนไลน์และโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงผู้ที่มีโอกาสเป็นแขกและโปรโมตโฮมสเตย์ของเรา สิ่งนี้ทำให้เราได้รับการจองต่อไปแม้ว่าการเดินทางทางกายภาพจะถูกจำกัด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“เทคโนโลยีเป็นเส้นชีวิตสำหรับธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา เราเริ่มให้บริการทัวร์และประสบการณ์เสมือนจริงผ่านแพลตฟอร์มการประชุมทางวิดีโอ สิ่งนี้ช่วยให้เราสร้างรายได้และทำให้แขกของเรามีส่วนร่วมแม้ว่าพวกเขาจะไม่สามารถมาเยี่ยมเราได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“สถานการณ์ COVID 19 ทำให้เราต้องปรับตัวอย่างรวดเร็ว และเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเหลือเรา เราใช้การเช็คอินและเช็คเอาท์แบบไร้สัมผัสโดยใช้แอปมือถือ เพื่อให้มั่นใจถึงความปลอดภัยของทั้งแขกและพนักงานของเรา นอกจากนี้ยังช่วยให้เรารักษาการดำเนินงานที่ราบรื่นและมีประสิทธิภาพ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“เทคโนโลยีได้เปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดของเรา เรามุ่งเน้นไปที่การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจสำหรับช่องทางโซเชียลมีเดียของเรา และเริ่มใช้การตลาดแบบอินฟลูเอนเซอร์เพื่อดึงดูดผู้เข้าชม ด้วยเทคโนโลยี เราสามารถเชื่อมต่อกับผู้ชมที่กว้างขึ้นและสร้างการรับรู้ถึงแบรนด์” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 4, 2566)

“เครื่องมือสื่อสารเสมือนจริงกลายเป็นวิธีหลักในการโต้ตอบกับแขก เราใช้แพลตฟอร์มการประชุมทางวิดีโอเพื่อให้ความช่วยเหลือส่วนบุคคล ตอบคำถาม หรือแม้แต่จัดเวิร์กช็อปออนไลน์และกิจกรรมทางวัฒนธรรม เทคโนโลยีช่วยให้เรารักษาความสัมพันธ์และการต้อนรับ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 5, 2566)

“เราใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงประสบการณ์แขกของเรา เราให้บริการแท็บเล็ตในห้องพักร่วมแอปพลิเคชันที่โหลดไว้วางหน้า ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่น ตัวเลือกการจัดส่งอาหาร และแม้แต่บริการแปลภาษาเสมือนจริง สิ่งนี้ช่วยให้แขกของเราสำรวจพื้นที่ได้ง่ายขึ้น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 6, 2566)

“เทคโนโลยีช่วยให้เราปรับปรุงการดำเนินงานและลดการสัมผัสทางกายภาพ เราติดตั้งระบบการชำระเงินออนไลน์ การออกใบแจ้งหนี้ดิจิทัล และการรวบรวมคำติชมของแขกโดยอัตโนมัติ มาตรการเหล่านี้ไม่เพียงแต่รับประกันความปลอดภัย แต่ยังปรับปรุงประสิทธิภาพและความพึงพอใจของลูกค้าอีกด้วย” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 7, 2566)

“เราเข้าร่วมตลาดออนไลน์และแพลตฟอร์มการจองที่รองรับที่พักแบบโฮมสเตย์โดยเฉพาะ แพลตฟอร์มเหล่านี้ช่วยให้เราสามารถแสดงข้อเสนอพิเศษของเราและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เทคโนโลยีช่วยให้เราเชื่อมต่อกับผู้มีโอกาสเป็นแขกซึ่งกำลังมองหาประสบการณ์ที่แท้จริง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 8, 2566)

“เทคโนโลยีช่วยเราเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจของเรา เราเริ่มให้บริการชั้นเรียนทำอาหารออนไลน์และเวิร์กช็อปทางวัฒนธรรม เพื่อให้แขกได้สัมผัสกับประเพณีท้องถิ่นของเราแบบเสมือนจริง สิ่งนี้ไม่เพียงสร้างรายได้เพิ่มเติม แต่ยังทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์ของเรามีความเกี่ยวข้องและปรับเปลี่ยนได้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 9, 2566)

“เทคโนโลยีช่วยให้เรารวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทำการตัดสินใจทางธุรกิจอย่างชาญฉลาด เราใช้เครื่องมือวิเคราะห์เพื่อติดตามแนวโน้ม ความชอบของลูกค้า และความต้องการของตลาด สิ่งนี้ทำให้เราสามารถปรับข้อเสนอและกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของนักเดินทางในช่วงที่มีโรคระบาด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ คนที่ 10, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปโอกาส และอุปสรรคได้ว่า เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ปรับตัวและดำเนินธุรกิจภายใต้สถานการณ์โควิด19 อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงทั้งโอกาสและอุปสรรคของเทคโนโลยี เพื่อนำเทคโนโลยีมาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จ ซึ่งแสดงดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 โอกาส และอุปสรรคเทคโนโลยีที่มีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
- การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขึ้น	- ความซับซ้อนของเทคโนโลยี
- กระบวนการจองที่ราบรื่นและไม่ต้องสัมผัส	- ความล่าช้าในการอัปเดตเทคโนโลยี
- ทัวร์เสมือนจริงและประสบการณ์ออนไลน์	- การขาดความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยี
- การสื่อสารและการทำธุรกรรมออนไลน์ที่ปลอดภัย	- ค่าใช้จ่ายในการลงทุนเทคโนโลยี
- การปรับบริการให้เข้ากับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป	- ปัญหาด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว
- การโปรโมตผ่านโซเชียลมีเดียและการตลาดแบบอินฟลูเอนเซอร์	- การละเมิดลิขสิทธิ์และเนื้อหาปลอม
- กระบวนการเช็คอิน/เช็คเอาท์แบบไร้สัมผัส	- ปัญหาด้านเทคนิค
- ปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน	- การขาดการบำรุงรักษาและอัปเดตเทคโนโลยี

2.5 นักท่องเที่ยวมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการไม่มีนักท่องเที่ยวเนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด19 การลดลงของผู้เข้าชมได้นำไปสู่ความท้าทายทางการเงินสำหรับเจ้าของโฮมสเตย์ ทำให้บางรายต้องปิดชั่วคราวหรือหาแหล่งรายได้อื่น สิ่งนี้ยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจอื่น ๆ ในหมู่บ้านที่พึ่งพาการท่องเที่ยว เช่น ร้านค้าและร้านอาหารในท้องถิ่น มีความพยายามปรับตัวโดยส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ใช้มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัย และแสวงหาความร่วมมือเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในประเทศและฟื้นฟูธุรกิจโฮมสเตย์ แม้จะมีความ

ทำทนาย แต่ก็มีแง่ดีสำหรับการฟื้นตัวและการเติบโตของอุตสาหกรรมในอนาคต ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“การสูญเสียนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อความสามารถของชุมชนของเราในการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของเรา เมื่อมีผู้เข้าชมน้อยลง มีโอกาสน้อยลงที่จะแบ่งปันประเพณีขนบธรรมเนียม และวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของเรากับโลกภายนอก สิ่งนี้ขัดขวางความพยายามของเราที่จะรักษาและส่งต่อแนวทางปฏิบัติทางวัฒนธรรมของเราไปยังคนรุ่นหลัง” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“การไม่มีนักท่องเที่ยวมีผลกระทบอย่างมากต่อเศรษฐกิจในท้องถิ่น เจ้าของโฮมสเตย์ซึ่งพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากต้องเผชิญกับความท้าทายทางการเงินอย่างรุนแรง หลายคนถูกบังคับให้ปิดโฮมสเตย์ชั่วคราวหรือหาแหล่งรายได้อื่น สิ่งนี้ได้สร้างแรงกระตุ้นเพื่อส่งผลกระทบต่อธุรกิจอื่น ๆ ในหมู่บ้านที่พึ่งพาการท่องเที่ยว เช่น ร้านค้าในท้องถิ่น ร้านอาหาร และผู้ขายสินค้าหัตถกรรม” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“ก่อนเกิดโรคระบาด หมู่บ้านแม่กำปองเคยคลาคล่ำไปด้วยนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ธุรกิจโฮมสเตย์ของเราเจริญรุ่งเรือง สร้างรายได้และโอกาสการจ้างงานให้กับชาวบ้าน อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดด้านการเดินทางและความกังวลด้านความปลอดภัย จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนหมู่บ้านของเราจึงลดลงอย่างมาก โฮมสเตย์หลายแห่งถูกบังคับให้ปิดชั่วคราวหรือดำเนินการด้วยความจุที่ลดลง ส่งผลให้ชาวบ้านสูญเสียรายได้อย่างมาก” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงส่งผลกระทบต่อธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง เจ้าของโฮมสเตย์หลายรายประสบปัญหาขาดจางและรายได้ลดลงอย่างมาก ทำให้ต้องลดค่าใช้จ่ายและพนักงานลง โฮมสเตย์บางแห่งได้ปิดประตูชั่วคราวเนื่องจากไม่มีความต้องการ ส่งผลกระทบต่อตรงต่อการดำรงชีวิตของชาวบ้านที่ต้องพึ่งพากิจกรรมการท่องเที่ยว” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“สำหรับผลกระทบของนักท่องเที่ยวต่อธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด 19 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก เนื่องจากมาตรการจำกัดการเดินทาง มาตรการล็อกดาวน์ และความกังวลด้านความปลอดภัย จำนวนผู้เข้าชมจึงลดลงอย่างมาก สิ่งนี้มีผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่น้อยลงหมายถึงการจองและรายได้ที่น้อยลงสำหรับเจ้าของที่พักในท้องถิ่น” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“การระบาดของโควิด 19 ทำให้เราต้องปรับตัวและหาทางเลือกอื่นเพื่อรักษาธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา เราได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและกำหนดเป้าหมายไปยังนักท่องเที่ยวในประเทศ นอกจากนี้ เรายังดำเนินมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวดเพื่อให้นั่นใจถึงความเป็นอยู่ที่ดีของแขกของเรา และรักษาความมั่นใจในการเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์ของเรา” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“จังหวัดเชียงใหม่ เช่นเดียวกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการระบาดของโควิด19 ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง ซึ่งต้องพึ่งพานักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ประสบปัญหายอดขายและรายได้ลดลงอย่างมาก” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“ผลกระทบนั้นร้ายแรงมาก ก่อนเกิดโรคระบาด เชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่แสวงหาประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร รวมถึงการเข้าพักในโฮมสเตย์ ใดๆก็ตาม ด้วยข้อจำกัดด้านการเดินทางและความกังวลด้านความปลอดภัย จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดของเราจึงลดลง ส่งผลให้ธุรกิจโฮมสเตย์ลดลงอย่างมาก” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“เป็นช่วงเวลาที่ทำนายสำหรับพวกเราทุกคน ธุรกิจโฮมสเตย์หลายแห่งในหมู่บ้านแม่กำปอง ต้องล้มลุกคลุกคลาน การขาดนักท่องเที่ยวส่งผลให้อัตราการเข้าพักลดลง และในบางกรณีอาจต้องปิดชั่วคราว ส่งผลกระทบกระเพื่อมต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น กระทั่งต่อการดำรงชีวิตของชาวบ้านที่พึ่งพาธุรกิจโฮมสเตย์” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“ธุรกิจโฮมสเตย์ได้รับผลกระทบอย่างมาก ในฐานะผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เราพบว่ายอดขายและรายได้ลดลงอย่างมาก พวกเราหลายคนต้องปรับตัวโดยกระจายข้อเสนอของเราหรือค้นหาแหล่งรายได้ทางเลือกเพื่อความอยู่รอดในช่วงเวลาที่ยากลำบากเหล่านี้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“ธุรกิจโฮมสเตย์เคยเฟื่องฟูในหมู่บ้านแม่กำปอง ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนใคร และการต้อนรับที่อบอุ่นจากชาวบ้านดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก ใดๆก็ตาม การแพร่ระบาดทำให้การเดินทางระหว่างประเทศหยุดชะงัก ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อธุรกิจโฮมสเตย์และชุมชนท้องถิ่น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“แม้จะมีความท้าทาย แต่เราก็พยายามค้นหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อรักษาธุรกิจโฮมสเตย์ ผู้ประกอบการบางรายให้ความสำคัญกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยการส่งเสริมความสวยงามของจังหวัดและมาตรการความปลอดภัยที่นำมาใช้ เราได้ร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรในท้องถิ่นเพื่อขอความช่วยเหลือทางการเงินและสนับสนุนเพื่อฝ่าฟันพายุนี้” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“สิ่งสำคัญคือต้องกล่าวถึงผลกระทบที่นอกเหนือไปจากด้านการเงิน ธุรกิจโฮมสเตย์เป็นแหล่งแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและการพัฒนาชุมชน นักเดินทางได้นำมุมมอง ประสบการณ์ และโอกาสที่หลากหลายให้กับชาวบ้าน การไม่มีนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความว่างเปล่าในชุมชนของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“เรายังคงมองโลกในแง่ดีเกี่ยวกับอนาคต จังหวัดเชียงใหม่มีมรดกทางวัฒนธรรมที่ร่ำรวยและความงามทางธรรมชาติอันน่าทึ่งที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวต่อไปเมื่อสถานการณ์ดีขึ้น เราเชื่อว่าธุรกิจโฮมสเตย์จะค่อย ๆฟื้นตัว และด้วยความพยายามร่วมกันของผู้ประกอบการ หน่วยงานท้องถิ่น และชุมชน เราจะสามารถสร้างและเติบโตได้อีกครั้ง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“เรากำลังมุ่งเน้นที่การเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยภายในโฮมสเตย์เพื่อเรียกความมั่นใจของผู้เดินทางกลับคืนมา สิ่งสำคัญคือต้องให้ความมั่นใจกับพวกเขาว่าเรามุ่งมั่นที่จะมอบประสบการณ์ที่ปลอดภัยและน่าจดจำ ควบคู่ไปกับการเคารพแนวทางและข้อบังคับที่กำหนดโดยหน่วยงานที่มีอำนาจ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“เรายังมองหาความร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่นอื่น ๆ เพื่อสร้างแพ็คเกจและประสบการณ์ที่เน้นสิ่งที่ดีที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการทำงานร่วมกัน เราสามารถสร้างความร่วมมือและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับไปที่โฮมสเตย์ของเรา ซึ่งมีส่วนช่วยในการฟื้นฟูเศรษฐกิจในท้องถิ่น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปโอกาส และอุปสรรคได้ว่า โอกาสสำคัญของธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง ได้แก่ การฟื้นตัวของการท่องเที่ยวภายในประเทศ การเติบโตของตลาดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติในประเทศไทย เอกลักษณ์และเสน่ห์เฉพาะตัวของชุมชนแม่กำปอง และความพร้อมของผู้ประกอบการในการปรับตัวและรับมือกับสถานการณ์ ส่วนอุปสรรคที่สำคัญ ได้แก่ การระบาดของโควิด 19 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังโควิด 19 การแข่งขันจากธุรกิจโฮมสเตย์ในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และปัญหาการขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบในท้องถิ่น ซึ่งแสดงดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 โอกาส และอุปสรรคนักท่องเที่ยวมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
- นักท่องเที่ยวภายในประเทศมีกำลังซื้อสูงและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	- การระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อการเดินทางระหว่างประเทศ
- ประเทศไทยมีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติที่หลากหลาย	- พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปหลังโควิด-19
- ชุมชนแม่กำปองมีเอกลักษณ์และเสน่ห์เฉพาะตัว	- การแข่งขันจากธุรกิจโฮมสเตย์ในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
- ผู้ประกอบการโฮมสเตย์มีความพร้อมปรับตัวและรับมือกับสถานการณ์	- ขาดแคลนแรงงานและวัตถุดิบในท้องถิ่น

2.6 คู่แข่งขันมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ธุรกิจโฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ต้องเผชิญการแข่งขันในช่วงสถานการณ์โควิด19 จากหลายแหล่ง โรงแรมและรีสอร์ทแบบดั้งเดิมในเชียงใหม่ได้เปลี่ยนจุดเน้นไปที่การส่งเสริมประสบการณ์การเข้าพักแบบโฮมสเตย์ของตนเอง ทำให้เกิดการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของแพลตฟอร์มออนไลน์และเว็บไซต์จองที่พักทางเลือกทำให้นักท่องเที่ยวมีตัวเลือกมากขึ้น รวมทั้งโฮมสเตย์ นำไปสู่การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นสำหรับหมู่บ้านแม่กำปอง นอกจากนี้หมู่บ้านใกล้เคียงที่นำเสนอประสบการณ์โฮมสเตย์ที่คล้ายกันได้แบ่งตลาดและลดจำนวนผู้เยี่ยมชมโดยรวม การแพร่ระบาดทำให้การแข่งขันทวีความรุนแรงยิ่งขึ้นเนื่องจากการจำกัดการเดินทางและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง เจ้าของโฮมสเตย์ตอบโต้ด้วยการลดราคา แก้ไขข้อเสนอ และปรับปรุงสถานะออนไลน์เพื่อดึงดูดตลาดเฉพาะกลุ่มและสร้างความแตกต่าง ความร่วมมือ การปรับปรุงบริการ และการเน้นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ถือเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความโดดเด่นและส่งเสริมธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ในส่วนของคู่แข่งที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด 19 นั้น เราได้สังเกตปัจจัยสำคัญบางประการ ประการแรก ด้วยข้อจำกัดด้านการเดินทางและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง โรงแรมและรีสอร์ทแบบดั้งเดิมหลายแห่งในเชียงใหม่ได้เปลี่ยนโฟกัสไปที่

การส่งเสริมประสบการณ์การเข้าพักแบบโฮมสเตย์ของตนเอง การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นนี้สร้างแรงกดดันต่อผู้ให้บริการโฮมสเตย์ในท้องถิ่นในหมู่บ้านแม่กำปอง” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“คู่แข่งอีกรายที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงโควิด 19 คือการเพิ่มขึ้นของแพลตฟอร์มออนไลน์และเว็บไซต์จองที่พักทางเล็ก แพลตฟอร์มเหล่านี้มีตัวเลือกมากมายสำหรับนักท่องเที่ยว รวมถึงโฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ และการเช่าส่วนตัว ความพร้อมของตัวเลือกที่หลากหลายทำให้โฮมสเตย์หมู่บ้านแม่กำปองมีความโดดเด่นและดึงดูดลูกค้ามากขึ้น” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“มีผลกระทบ ก่อนเกิดโรคระบาด หมู่บ้านแม่กำปองมีชื่อเสียงในด้านประสบการณ์โฮมสเตย์ที่ไม่เหมือนใคร ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หลงใหลเข้ามาไม่ขาดสาย อย่างไรก็ตาม เมื่อมีข้อเสนอที่คล้ายกันเกิดขึ้นในหมู่บ้านใกล้เคียง จำนวนผู้เยี่ยมชมหมู่บ้านของเราก็ลดลง การแข่งขันนี้ได้แบ่งตลาดทำให้จำนวนผู้เข้าชมโดยรวมลดลง” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองต้องเผชิญกับความท้าทาย ทั้งการแข่งขันจากหมู่บ้านใกล้เคียง แม้กระทั่งก่อนเกิดโรคระบาด อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ได้วิกฤตมากขึ้นเนื่องจากโควิด 19 การจำกัดการเดินทางและการลดลงของนักท่องเที่ยวทำให้การแข่งขันแย่งชิงนักท่องเที่ยวรุนแรงยิ่งขึ้น ส่งผลต่ออัตราการเข้าพักและรายได้ของธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองต้องเผชิญกับความท้าทายจากคู่แข่งหลายประการ นักท่องเที่ยวจำนวนมากเลือกที่จะยกเลิกการเดินทางหรือเลื่อนการเดินทางออกไปอย่างไม่มีกำหนด ซึ่งส่งผลกระทบต่อความต้องการที่พักรวมถึงโฮมสเตย์โดยรวม ความต้องการที่ลดลงนี้ได้สร้างสภาพแวดล้อมการแข่งขันในหมู่นักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่ยังคงเยี่ยมชมพื้นที่” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“การเกิดขึ้นของตัวเลือกที่พักทางเล็กได้สร้างความท้าทายให้กับธุรกิจโฮมสเตย์ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวบางคนชอบที่จะเข้าพักในโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีมาตรการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยที่กว้างขวางกว่าในช่วงที่มีการระบาดใหญ่ สถานประกอบการเหล่านี้มักมีทรัพยากรในการดำเนินมาตรการด้านสุขภาพที่เข้มงวด ทำให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความปลอดภัยมากขึ้น” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้รับผลกระทบจากคู่แข่งอย่างมากในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ด้วยข้อจำกัดด้านการเดินทางและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง การแข่งขันจึงทวีความรุนแรงขึ้นท่ามกลางนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนจำกัด ที่พักอื่น ๆ เช่น โรงแรมและเกสต์เฮาส์ เริ่มเสนอส่วนลดเพื่อดึงดูดลูกค้า สิ่งนี้ทำให้เป็นเรื่องยากสำหรับโฮมสเตย์ในการรักษาระดับการจองให้คงที่” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“การแข่งขันรุนแรงขึ้น เจ้าของโฮมสเตย์หลายรายต้องลดราคาลงเพื่อให้สามารถแข่งขันได้นอกจากนี้ บริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่บางแห่งได้เปลี่ยนโฟกัสไปยังการจัดหาที่พักทางเลือกในพื้นที่ซึ่งสร้างการแข่งขันเพิ่มเติมสำหรับเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“ในด้านบวก พวกเราบางคนได้ปรับเปลี่ยนและกระจายข้อเสนอของเรา เราได้เริ่มมอบประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและบริการส่วนบุคคลเพื่อสร้างความแตกต่างจากที่พักอื่น ๆ สิ่งนี้ช่วยให้เราดึงดูดนักท่องเที่ยวในตลาดเฉพาะกลุ่มที่มองหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แท้จริง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“ผลกระทบโดยรวมเป็นสิ่งที่ทำลาย จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นทำให้อัตราการเข้าพักโฮมสเตย์ลดลง สิ่งสำคัญคือเราต้องหาวิธีใหม่ ๆ ในการสร้างความโดดเด่นและโปรโมตโฮมสเตย์ของเราต่อผู้มีโอกาสเป็นแขก” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“การเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มการจองออนไลน์และเว็บไซต์ให้เช่าที่พัก แพลตฟอร์มเหล่านี้ช่วยให้ผู้เข้าชมเปรียบเทียบที่พักต่าง ๆ และจองที่พักได้ง่ายขึ้น ความโปร่งใสที่เพิ่มขึ้นนี้ทำให้การแข่งขันระหว่างโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“สำหรับเจ้าของโฮมสเตย์ที่จะทำงานร่วมกันและสร้างแนวร่วม ด้วยการทำงานร่วมกัน เราสามารถส่งเสริมคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์ของหมู่บ้านของเราและดึงดูดผู้เข้าชมได้มากขึ้น สิ่งสำคัญคือต้องเน้นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติที่ทำให้เราแตกต่างจากจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“เราควรมุ่งเน้นที่การปรับปรุงการแสดงผลทางออนไลน์และความพยายามทางการตลาดของเรา แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียและชุมชนการท่องเที่ยวออนไลน์สามารถเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงผู้ที่มีโอกาสเป็นแขก การแสดงเอกลักษณ์และความงามของหมู่บ้านแม่กำปองทำให้เราสามารถสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่แข็งแกร่งซึ่งทำให้เราแตกต่างจากคู่แข่ง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“เราควรสำรวจความร่วมมือกับบริษัททัวร์และตัวแทนท่องเที่ยวในท้องถิ่น ด้วยการเสนอแพ็คเกจร่วมหรือรวมโฮมสเตย์ของเราเข้ากับกำหนดการเดินทางที่มีอยู่ เราสามารถเข้าถึงฐานลูกค้าของพวกเขาและขยายการเข้าถึงของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“การระบาดใหญ่นำมาซึ่งความท้าทายที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน แต่ก็เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของความยั่งยืนและการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ โสมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองมีข้อได้เปรียบในการมอบประสบการณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและเน้นชุมชน ด้วยการเน้นประเด็นเหล่านี้เราสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจซึ่งให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่แท้จริงและสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“เราควรปรับปรุงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของเราอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยว ด้วยการให้การต้อนรับที่ยอดเยี่ยมและประสบการณ์ที่น่าจดจำ เราสามารถสร้างฐานลูกค้าที่ภักดีซึ่งจะเลือกโสมสเตย์ของเราเหนือคู่แข่ง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปโอกาส และอุปสรรคได้ว่า ธุรกิจโสมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองมีแนวโน้มเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากหลายแหล่ง อย่างไรก็ตาม หมู่บ้านแม่กำปองยังมีโอกาสในการพัฒนาธุรกิจโสมสเตย์ได้ โดยอาศัยจุดแข็งด้านธรรมชาติและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ประกอบกับความร่วมมือและการปรับปรุงบริการ ธุรกิจโสมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองสามารถปรับตัวและเติบโตได้ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ซึ่งแสดงดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 โอกาส และอุปสรรคคู่แข่งชั้นมีผลต่อธุรกิจโสมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
- การเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ	- การแข่งขันจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ
- นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่หลากหลายมากขึ้น	- ข้อจำกัดการเดินทาง
- เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น	- พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป
- ความร่วมมือระหว่างชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	- ความท้าทายด้านการบริหารจัดการ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสามารถสร้างการวิเคราะห์ SWOT ได้ดังนี้

ตารางที่ 11 การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - การเงิน ด้านที่ตั้ง ทรัพยากรธรรมชาติ ชุมชน และการท่องเที่ยว ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม - การตลาด สภาพแวดล้อมที่เงียบสงบและเป็นธรรมชาติ ความปลอดภัยและสุขอนามัย ประสิทธิภาพที่ไม่เหมือนใคร และความร่วมมือในท้องถิ่น - การจัดการ ชุมชนเข้มแข็ง มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ผู้ประกอบการปรับตัวได้ดี และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี - การบริหารงานบุคคล ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน มีการปรับตัวและความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงมีการสื่อสารและการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> - การเงิน รายได้ลดลง ต้นทุนการดำเนินงานสูง รายได้จากแหล่งอื่น ๆ น้อย และปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปช้า - การตลาด การเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ การแข่งขัน และความต้องการในระยะยาว - การจัดการ ได้รับผลกระทบจากโควิด ขาดแคลนบุคลากรด้านท่องเที่ยว และขาดแคลนงบประมาณ - การบริหารงานบุคคล การบริหารงานบุคคลที่ดีอาจต้องใช้ทรัพยากรมากและอาจทำให้ยากต่อการควบคุมงาน

ตารางที่ 11 (ต่อ)

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> - กฎหมายและนโยบายของภาครัฐ แนวทางด้านสุขภาพและความปลอดภัยของรัฐบาล โครงการริเริ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ และการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ - เศรษฐกิจ ความต้องการการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น การปรับตัวของผู้ประกอบการ และการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน - สังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลังโควิด 19 มีแนวโน้มเติบโตขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการเพิ่มขึ้น - เทคโนโลยี เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ปรับบริการตามความต้องการ โปรโมทผ่านโซเชียลมีเดีย - นักท่องเที่ยว กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่เพิ่มขึ้น และจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติของไทย - คู่แข่งขัน การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว และเทคโนโลยีดิจิทัลที่ช่วยในการเข้าถึงนักท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> - กฎหมายและนโยบายของภาครัฐ มาตรการจำกัดการเดินทาง กฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลผู้เข้าพัก - เศรษฐกิจ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ยังต้องเผชิญอุปสรรคด้านความกังวลด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การแข่งขันจากธุรกิจที่พักอื่น ๆ และการขาดแคลนแรงงาน - สังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจก่อให้เกิดอุปสรรคต่อชุมชนได้ หากไม่ได้รับการวางแผนและการจัดการที่ดี - เทคโนโลยี ความซับซ้อน ความล่าช้า ค่าใช้จ่าย ปัญหาด้านความปลอดภัย - นักท่องเที่ยว การระบาดของโควิด 19 และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป - คู่แข่งขัน การแข่งขันจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ข้อจำกัดการเดินทาง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป และการบริหารจัดการ

กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

1. กลยุทธ์การจัดการด้านการวางแผน

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลยุทธ์การจัดการด้านการวางแผนธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด19 ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัย ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการขายและจอง และสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น มาตรการรวมถึงการฝึกอบรมที่ครอบคลุมเกี่ยวกับหลักปฏิบัติด้านสุขอนามัยสำหรับเจ้าของที่พัก ระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด การปฏิบัติตามแนวทางของรัฐบาล นโยบายการจูงใจที่ยืดหยุ่น และประสบการณ์ออนไลน์ กลยุทธ์นี้ยังเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ การเพิ่มสถานะออนไลน์ การเป็นพันธมิตรกับหน่วยงานและองค์กรท้องถิ่น การปรับบริการให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และสร้างความไว้วางใจผ่านการรับรองและการสื่อสารที่โปร่งใส นอกจากนี้ กลยุทธ์ยังเน้นที่ประสบการณ์ส่วนตัว รักษาการสื่อสารที่ดีกับแขก ใช้มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวด การส่งเสริมกิจกรรมกลางแจ้ง และส่งเสริมความร่วมมือภายในชุมชน การระบาดใหญ่นำไปสู่การเน้นที่ความยั่งยืนและแนวทางปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อมากขึ้น ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“กลยุทธ์ของเรามุ่งเน้นไปที่การจัดลำดับความสำคัญด้านสุขภาพและความปลอดภัย ใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการขายและจอง และสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น มาตรการเหล่านี้ได้รับการออกแบบมาเพื่อรักษาและยกระดับธุรกิจโฮมสเตย์ของเราในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด19 ที่ท้าทาย” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“เราให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของแขกและเจ้าของที่พักของเราเป็นอันดับแรกโดยใช้มาตรการหลายอย่าง โฮสต์โฮมสเตย์ของเราได้รับการฝึกอบรมอย่างครอบคลุมเกี่ยวกับหลักปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม รวมถึงการล้างมือ ขั้นตอนการทำความสะอาด และการใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“แผนในการจัดการเกี่ยวข้องกับการแจ้งให้ชุมชนทราบ ตรวจสอบให้แน่ใจว่ามีมาตรการด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ และให้การสนับสนุนเจ้าของโฮมสเตย์ที่ได้รับผลกระทบ เราเชื่อว่าการใช้มาตรการเหล่านี้จะทำให้เราสามารถผ่านพ้นความท้าทายที่เกิดจาก COVID 19 และค่อย ๆ พื้นฟูธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

เตย์ เราได้ให้การฝึกอบรมแก่เจ้าของโฮมสเตย์เกี่ยวกับมาตรการสุขอนามัยที่เหมาะสม โดยเน้นความสำคัญของการล้างมือบ่อย ๆ การฆ่าเชื้อ และการรักษาสถานที่ให้สะอาด เราสนับสนุนให้พวกเขาปฏิบัติตามระเบียบการที่เข้มงวดเพื่อลดความเสี่ยงในการแพร่เชื้อ” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ของเรานั้น มุ่งเน้นในสามประเด็นหลัก ประการแรก เราให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของผู้เข้าพักและผู้อยู่อาศัยของเรา โดยใช้มาตรการด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด เช่น การฆ่าเชื้อตามปกติ การส่งเสริมการล้างมือ และการจัดหาเจลทำความสะอาดมือ ประการที่สอง เราได้ปรับการดำเนินงานของเราให้สอดคล้องกับแนวทางและข้อบังคับของรัฐบาล สร้างความมั่นใจในการรักษาระยะห่างทางสังคมและจำกัดจำนวนผู้เข้าพักต่อโฮมสเตย์ สุดท้าย เราได้ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นและส่งเสริมการเดินทางภายในประเทศเพื่อรักษาธุรกิจของเราในช่วงเวลาที่ท้าทายเหล่านี้” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์โควิด 19 กลยุทธ์การจัดการของเราสำหรับธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองนั้นขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว เราเข้าใจถึงความจำเป็นในความคล่องตัวและปรับเปลี่ยนบริการของเราตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง เราได้แนะนำนโยบายการจองที่ยืดหยุ่น ช่วยให้แขกสามารถกำหนดเวลาใหม่หรือยกเลิกการจองโดยไม่มีบทลงโทษ นอกจากนี้ เรายังนำเสนอข้อเสนอที่หลากหลายผ่านการนำเสนอประสบการณ์เสมือนจริงและเวิร์กช็อปออนไลน์เพื่อดึงดูดแขกที่ไม่สามารถเข้าชมได้ ด้วยวิธีนี้ เรามุ่งมั่นที่จะรับประกันกระแสรายได้อย่างต่อเนื่องในขณะที่ปฏิบัติตามระเบียบการด้านสุขภาพและความปลอดภัย” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ COVID 19 เราได้ใช้มาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของแขกของเรา ซึ่งรวมถึงการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรคอย่างเข้มงวด การส่งเสริมการเว้นระยะห่างทางสังคม การให้เจลทำความสะอาดมือ และการตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอสุขภาพของพนักงาน นอกจากนี้ เรายังปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เน้นไปที่นักท่องเที่ยวในพื้นที่และส่งเสริมแนวคิดการพักผ่อนที่เงียบสงบและปลอดภัยในหมู่บ้านแม่กำปอง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“เพื่อรับมือกับความท้าทายที่เกิดจาก COVID 19 เราได้มุ่งเน้นไปที่การยกระดับสถานะออนไลน์ของเราและการนำบริการไร้สัมผัสมาใช้ เราได้ลงทุนในการสร้างเว็บไซต์ที่เป็นมิตรกับผู้ใช้ นำเสนอทัวร์เสมือนจริง และเปิดใช้การจองและชำระเงินออนไลน์ นอกจากนี้ เราได้ร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นและองค์กรด้านสุขภาพเพื่อติดตามแนวทางล่าสุดและปฏิบัติตาม” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“กลยุทธ์การจัดการของเราเกี่ยวข้องกับการให้บริการที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของนักเดินทางในช่วงที่มีโรคระบาด นอกจากที่พักแบบโฮมสเตย์แล้ว เรายังได้แนะนำกิจกรรมกลางแจ้ง เช่น การเดินป่า ขี่จักรยาน และเส้นทางศึกษาธรรมชาติเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี เรายังมี นำเสนอนโยบายการยกเลิกที่ยืดหยุ่นและข้อเสนอพิเศษเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับแขกของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“ในแง่ของโควิด 19 เราได้ประเมินรูปแบบธุรกิจของเราใหม่และสำรวจแหล่งรายได้ใหม่ เราได้ร่วมมือกับช่างฝีมือและช่างฝีมือในท้องถิ่นเพื่อแสดงผลภัณฑ์ของพวกเขาและเสนอขายให้กับแขกของเรา สิ่งนี้ไม่เพียงสนับสนุนคนในท้องถิ่นเท่านั้น ประหยัด แต่ยังเพิ่มมูลค่าให้กับประสบการณ์โดยรวมของแขก นอกจากนี้ เรายังใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพื่อดึงดูดลูกค้าที่มีศักยภาพและแบ่งปันข้อมูลอัปเดตเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“กลยุทธ์ของเราเกี่ยวข้องกับการสร้างความไว้วางใจและความมั่นใจในแขกของเรา เราได้รับการรับรองที่เกี่ยวข้องและได้รับการรับรองที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานด้านสุขภาพและความปลอดภัย เราให้การฝึกอบรมพนักงานของเราเป็นประจำเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม และดำเนินการตรวจวัดอุณหภูมิและการตรวจสุขภาพ เรามุ่งมั่นที่จะสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับแขกของเราด้วยการสื่อสารความพยายามของเราอย่างโปร่งใส” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์โควิด 19 เราได้ปรับใช้แนวทางที่เป็นส่วนตัวมากขึ้นเพื่อประสบการณ์ของผู้เข้าพัก เราให้ความสำคัญกับขนาดกลุ่มที่เล็กลง จัดทำแผนการเดินทางที่กำหนดเอง และมุ่งเน้นที่การนำเสนอบริการพิเศษเฉพาะ ซึ่งช่วยให้เราสามารถรักษาระยะห่างทางสังคมได้ในขณะที่ให้บริการ ประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและน่าจดจำ นอกจากนี้ เรายังร่วมมือกับร้านอาหารและผู้ขายในท้องถิ่นเพื่อให้บริการอาหารในห้องพัก” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“กลยุทธ์การจัดการของเราเกี่ยวกับการรักษาการสื่อสารที่ดีกับแขกของเรา เราให้ข้อมูลอัปเดตเป็นประจำผ่านจดหมายข่าวทางอีเมล โซเชียลมีเดีย และเว็บไซต์ของเราเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัย แนวทางปฏิบัติในท้องถิ่น และการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในการดำเนินงาน เราสนับสนุนให้แขกติดต่อกับข้อกังวลหรือคำถามใด ๆ ที่พวกเขาอาจมี เพื่อให้พวกเขาารู้สึกสบายใจในการเยี่ยมชมหมู่บ้านแม่กำปอง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“เพื่อตอบสนองต่อโควิด19 เราได้ดำเนินมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวดที่פקของเราได้รับการทำความสะอาดและฆ่าเชื้ออย่างทั่วถึงหลังจากแขกออกเดินทางแต่ละครั้ง นอกจากนี้ เรายังลดความจุของโสมสเตอร์ของเราเพื่อให้แน่ใจว่ามีการเว้นระยะห่างอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ เรายังแข่งขัน ส่งเสริมกิจกรรมกลางแจ้งและประสบการณ์ที่เอื้อต่อการเว้นระยะห่างทางธรรมชาติและติดต่อกับผู้อื่นให้น้อยที่สุด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“เราให้ความสำคัญกับการสร้างความร่วมมือภายในชุมชนเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันในช่วงเวลาที่ท้าทายเหล่านี้ โดยร่วมมือกับบริษัททัวร์ท้องถิ่น ร้านอาหาร และธุรกิจอื่น ๆ เราสร้างแพ็คเกจที่มอบประสบการณ์ที่ครอบคลุมของหมู่บ้านแม่กำปอง การร่วมมือครั้งนี้ แนวทางดังกล่าวไม่เพียงแต่สร้างความแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังช่วยให้มั่นใจได้ถึง การดำเนินการตามมาตรการความปลอดภัยที่สอดคล้องกัน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“โควิด 19 ทำให้เราต้องเน้นความยั่งยืนและแนวทางปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ เราได้เพิ่มความพยายามในการให้ความรู้แก่ผู้เข้าพักเกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

สามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์การจัดการด้านการวางแผน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการในหมู่บ้านแม่กำปองได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์โควิด 19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์เหล่านี้ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถผ่านพ้นความท้าทายที่เกิดจากโควิด 19 และยังคงให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญกับประเด็นสำคัญ 5 ประการ ดังนี้

1. ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของแขกและผู้อยู่อาศัย
2. ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
3. สร้างความยืดหยุ่นและความสามารถในการปรับตัว
4. ส่งเสริมความร่วมมือภายในชุมชน
5. เน้นความยั่งยืนและแนวทางปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ

2. กลยุทธ์การจัดการด้านการจัดการองค์กร

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลยุทธ์การจัดการด้านการจัดการองค์กรสำหรับธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด19 ได้แก่ การฆ่าเชื้อโรคเป็นประจำ การใช้หน้ากากอนามัย การวัดอุณหภูมิ และการเว้นระยะห่างทางสังคม จำกัดจำนวนผู้เข้าชมเพื่อให้แน่ใจว่ามีการเว้นระยะห่างทางสังคม และมีการทดสอบอย่างสม่ำเสมอสำหรับผู้เข้าพักและเจ้าของ มีการฝึกอบรมที่ครอบคลุมสำหรับเจ้าของและยังคงรักษาความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานด้านสุขภาพในท้องถิ่น เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง การสื่อสารที่ชัดเจน การอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ และนโยบายที่ยืดหยุ่นถูกนำมาใช้เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงแผนการเดินทางและลดการปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพ มีการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนทางการเงินแก่เจ้าของโฮมสเตย์ ซึ่งมีส่วนช่วยในการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น มีการปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัย ได้แก่ การทำความสะอาดเป็นประจำ การจัดหาเจลทำความสะอาดมือ และให้ความรู้ด้านความปลอดภัยและความปลอดภัย มีการใช้มาตรการต่าง ๆ เช่น ความจุที่ลดลง การเช็คอินแบบไร้สัมผัส และการปฏิบัติตามแนวทางท้องถิ่น เพื่อความปลอดภัยและสวัสดิภาพของแขกและพนักงาน ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เราให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยด้วยระเบียบปฏิบัติที่เคร่งครัดตามแนวทางของหน่วยงานด้านสุขภาพ รวมถึงการฆ่าเชื้อโรคเป็นประจำ การใช้หน้ากากบังคับ การตรวจวัดอุณหภูมิ และการเว้นระยะห่างทางสังคมที่โฮมสเตย์ เราจำกัดจำนวนผู้เข้าชมสำหรับการเว้นระยะห่าง ทำการทดสอบอย่างสม่ำเสมอสำหรับผู้เข้าพักและเจ้าของ และจัดการฝึกอบรมอย่างครอบคลุมสำหรับเจ้าของ ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานด้านสุขภาพในท้องถิ่นจะช่วยให้เราทราบและปรับตัวได้เพื่อให้แน่ใจว่าทุกคนจะได้รับความคุ้มครอง” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“เราให้ความสำคัญกับการสื่อสารที่ชัดเจนกับเจ้าของโฮมสเตย์ แขก และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยให้ข้อมูลอัปเดตเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติด้านสุขภาพและการเปลี่ยนแปลงโปรโตคอลอย่างสม่ำเสมอ เราปรับกลยุทธ์ของเราตามสถานการณ์การแพร่ระบาดที่เปลี่ยนแปลง ติดตามแนวทางท้องถิ่นและระดับชาติอย่างใกล้ชิด นโยบายการยกเลิกที่ยืดหยุ่นและกระบวนการเช็คอินแบบไร้สัมผัสถูกนำมาใช้เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงแผนการเดินทางและลดการปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพ เราเข้าใจถึงความท้าทายที่เจ้าของโฮมสเตย์ต้องเผชิญ และให้การสนับสนุนผ่านความช่วยเหลือทางการเงิน การฝึกอบรมด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย และความช่วยเหลือในการส่งเสริมธุรกิจออนไลน์ โดยการสนับสนุนเจ้าของโฮมสเตย์ เรามีส่วนช่วยในการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“กลยุทธ์การจัดการของเราเกี่ยวข้องกับแนวทางเชิงรุกและระมัดระวัง โดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของทุกคนที่เกี่ยวข้อง เราเชื่อว่าการใช้มาตรการเหล่านี้และติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด เราสามารถดำเนินการองค์กรธุรกิจโฮมสเตย์ด้วยความรับผิดชอบและลดความเสี่ยงที่เกิดจากโควิด 19 ได้” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“การรับประกันความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของชาวบ้านและผู้มาเยือน ในขณะที่ยังคงรักษาธุรกิจโฮมสเตย์เอาไว้ เราได้ใช้มาตรการหลายอย่างเพื่อนำทางผ่านสถานการณ์โควิด19” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“การบริหารองค์กรธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ทำให้เราพบกับความท้าทายอย่างแท้จริง เพื่อความปลอดภัยของผู้เยี่ยมชมและชุมชน เราได้ใช้มาตรการหลายอย่าง ประการแรก เราปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดโดยหน่วยงานด้านสุขภาพในท้องถิ่นและรัฐบาลอย่างใกล้ชิด เราติดตามข่าวสารล่าสุดเกี่ยวกับภาวะเปราะบางล่าสุดและปรับการดำเนินงานของเราให้สอดคล้องกัน” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“เราได้นำระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เข้มงวดมาใช้ เราทำความสะอาดพื้นที่ส่วนกลางและพื้นผิวที่มีการสัมผัสบ่อยเป็นประจำ เราจัดเตรียมเจลทำความสะอาดมือและสบู่ล้างมือให้ผู้เข้าพักและผู้พักอาศัยปฏิบัติตนเพื่อสุขอนามัยของมือที่ดี เรายังให้ความรู้แก่เจ้าของโฮมสเตย์เกี่ยวกับความสำคัญของการรักษาความปลอดภัยและปฏิบัติตามแนวทางความปลอดภัย” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“ในการจัดการองค์กรธุรกิจโฮมสเตย์ของหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด19 เราได้ดำเนินกลยุทธ์หลายประการ ประการแรก เราได้เสริมสร้างระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัยของเราและทำให้แน่ใจว่าที่พักทั้งหมดได้รับการทำความสะอาดอย่างทั่วถึงและฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ เราจัดเตรียมมือ เจลฆ่าเชื้อในพื้นที่ส่วนกลางและกระตุ้นให้แขกปฏิบัตินิสัยด้านสุขอนามัยที่ดี ประการที่สอง เราลดจำนวนผู้เข้าพักต่อโฮมสเตย์เพื่อให้แน่ใจว่ามีการเว้นระยะห่างทางสังคม นอกจากนี้ เรายังจัดพื้นที่รับประทานอาหารใหม่เพื่อรักษาระยะห่างที่เหมาะสมระหว่างโต๊ะ นอกจากนี้ เรายังดำเนินการตรวจสอบแบบไร้สัมผัส -ขั้นตอนการเช็คอินและเช็คเอาท์เพื่อลดการสัมผัสทางกายภาพ สุดท้ายนี้ เราจะอัปเดตแนวทางล่าสุดจากหน่วยงานด้านสุขภาพและปรับกลยุทธ์ของเราให้สอดคล้องเพื่อความปลอดภัยและสวัสดิภาพของแขกและพนักงานของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“การจัดการองค์กรธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ทำให้เราต้องมีความยืดหยุ่นและเชิงรุก เราได้ใช้มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวด รวมถึงการฆ่าเชื้อที่ที่พัก พื้นที่ส่วนกลาง พื้นผิว นอกจากนี้ เรายังจัดเตรียมอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลให้กับพนักงานของเราและสนับสนุนให้พวกเขาปฏิบัติตามหลักปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เหมาะสม นอกจากนี้

เรายังปรับปรุงนโยบายการยกเลิกเพื่อรองรับแขกที่ต้องการเปลี่ยนแผนเนื่องจาก COVID 19 เราติดต่อกับแขกของเราผ่าน แพลตฟอร์มดิจิทัล ให้ข้อมูลอัปเดตเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยและแนวทางปฏิบัติในท้องถิ่น เป้าหมายของเราคือการสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและสะดวกสบายสำหรับแขกของเรา ในขณะที่ปฏิบัติตามข้อควรระวังที่จำเป็นทั้งหมด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“ในการจัดการองค์กรธุรกิจโฮมสเตย์ของเราในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด 19 เราได้ดำเนินมาตรการหลายอย่าง เราได้ดำเนินกระบวนการทำความสะอาดและฆ่าเชื้ออย่างเข้มงวดสำหรับที่พักทั้งหมด โดยเน้นที่พื้นผิวที่มีการสัมผัสบ่อยและพื้นที่ที่ใช้งานบ่อย เราจัดเตรียมเจลทำความสะอาดมือในที่พักและพื้นที่ส่วนกลางแต่ละแห่ง นอกจากนี้เรายังลดความจุของโฮมสเตย์ของเราเพื่อให้แน่ใจว่ามีการเว้นระยะห่างทางสังคมและจำกัดจำนวนผู้เข้าพัก ในด้านการสื่อสาร เราอัปเดตให้แขกของเราทราบอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยที่เรามี และให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติและข้อบังคับในท้องถิ่นแก่พวกเขา เราทำงานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานด้านสุขภาพในท้องถิ่นและปฏิบัติตามคำแนะนำของพวกเขาเพื่อความปลอดภัยและสวัสดิภาพของแขกและพนักงานของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“การจัดการองค์กรธุรกิจโฮมสเตย์ของเราในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ทำให้เราต้องให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยของผู้เข้าพักและพนักงานของเราเป็นอันดับแรก เราได้ปรับใช้โปรโตคอลการทำความสะอาดที่ได้รับการปรับปรุงตามแนวทางที่จัดทำโดยหน่วยงานด้านสุขภาพของเรา ที่พักได้รับการทำความสะอาดและฆ่าเชื้ออย่างละเอียดถี่ถ้วนก่อนที่แขกแต่ละคนจะมาถึง นอกจากนี้เรายังได้นำขั้นตอนการเช็ดคานและเช็ดเอาท์แบบไร้สัมผัสมาใช้เพื่อลดการสัมผัสทางกายภาพ เพื่อให้แน่ใจว่ามีการเว้นระยะห่างทางสังคม เราได้ลดจำนวนผู้เข้าพักที่อนุญาตต่อโฮมสเตย์หนึ่งหลัง และจัดพื้นที่รับประทานอาหารของเราใหม่ตามลำดับ นอกจากนี้เรายังให้ข้อมูลแก่แขกของเราเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับโควิด 19 ในท้องถิ่น และสนับสนุนให้พวกเขาปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัยที่แนะนำเรามุ่งมั่นที่จะมอบประสบการณ์ที่ปลอดภัยและสะดวกสบายให้กับแขกของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“สถานการณ์โควิด 19 ทำให้เราต้องใช้กลยุทธ์การจัดการที่ครอบคลุมสำหรับองค์กรธุรกิจโฮมสเตย์ของเราในหมู่บ้านแม่กำปอง ประการแรก เราได้ปฏิบัติตามหลักปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด รวมถึงการฆ่าเชื้อที่ที่พักและพื้นที่ส่วนกลางเป็นประจำ เราจัดเตรียมมือ ฆ่าเชื้อและส่งเสริมหลักปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่ดีในหมู่บ้านแม่กำปองของเรา ประการที่สอง เราได้ลดความจุของโฮมสเตย์ของเราเพื่อให้แน่ใจว่ามีการเว้นระยะห่างทางสังคมและจำกัดจำนวนผู้เข้าพัก นอกจากนี้เรายังแนะนำนโยบายการจองที่ยืดหยุ่นซึ่งอนุญาตให้แขกเปลี่ยนกำหนดเวลาหรือยกเลิกการเข้าพักได้หากจำเป็น นอกจากนี้เรายังรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติและระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับโควิด 19 ล่าสุด

และแจ้งข้อมูลอัปเดตใด ๆ ให้ผู้เข้าพักทราบโดยทันที โดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและคงไว้ซึ่งการสื่อสารแบบเปิดเผย” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“ในการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ของเราในหมู่บ้านแม่กำปองภายใต้สถานการณ์ COVID 19 เราได้ดำเนินมาตรการหลายประการ ประการแรก เราได้เพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อที่พักรักษาและพื้นที่ส่วนกลางของเรา เรายังจัดเตรียมเจลทำความสะอาดมือและกระตุ้นให้ผู้เข้าพักรักษาสุขอนามัยที่ดี นอกจากนี้ เรายังลดจำนวนผู้เข้าพักต่อโฮมสเตย์เพื่อให้แน่ใจว่ามีการเว้นระยะห่างทางสังคม เราปฏิบัติตามแนวทางด้านสุขภาพในท้องถิ่นทั้งหมดและติดตามการเปลี่ยนแปลงใด ๆ เพื่อรับรองความปลอดภัยของผู้เข้าพักและพนักงานของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“กลยุทธ์การจัดการของเราเกี่ยวข้องกับกำกับการเน้นการสื่อสารกับแขกและความยืดหยุ่น เราให้ข้อมูลที่โปร่งใสเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด 19 ในพื้นที่และข้อบังคับท้องถิ่นที่อาจส่งผลกระทบต่อกรเข้าพักของแขก เราเสนอนโยบายการยกเลิกที่ยืดหยุ่นและตัวเลือกในการจัดตารางเวลาใหม่เพื่อรองรับ เปลี่ยนแผนการเดินทาง นอกจากนี้ เรายังให้ความสำคัญกับกิจกรรมกลางแจ้งและส่งเสริมประสบการณ์ที่เอื้อต่อการเว้นระยะห่างทางสังคม การปรับข้อเสนอของเราและรักษาการสื่อสารที่เปิดกว้าง เรายุ่่มั่นที่จะมอบประสบการณ์ที่ปลอดภัยและสนุกสนานให้กับแขกของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“ในการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงโควิด 19 เราได้ดำเนินมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวด พนักงานของเราผ่านการตรวจสุขภาพเป็นประจำ สวมอุปกรณ์ป้องกันและปฏิบัติตามหลักปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด นอกจากนี้ เรายังลดกำลังการผลิตโฮมสเตย์ของเราเพื่อให้แน่ใจว่ามีการเว้นระยะห่างทางสังคม เราสนับสนุนให้แขกจองล่วงหน้าเพื่อช่วยเราจัดการจำนวนแขกได้อย่างมีประสิทธิภาพ เรายุ่่มั่นที่จะจัดเตรียมสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับแขกของเรา โดยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กลยุทธ์การจัดการของเราเน้นที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและสนับสนุนชุมชน เราได้ร่วมมือกับธุรกิจในท้องถิ่นเพื่อเสนอข้อเสนอพิเศษและส่วนลดแก่แขกของเรา สิ่งนี้ไม่เพียงช่วยให้เราดึงดูดผู้เยี่ยมชม แต่ยังมีส่วนช่วย ต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของหมู่บ้านแม่กำปอง นอกจากนี้ เรายังมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันกับชุมชนท้องถิ่น จัดประสบการณ์เสมือนจริงและจัดแสดงงานฝีมือและผลิตภัณฑ์ของพวกเขา ด้วยการส่งเสริมจิตวิญญาณของชุมชน เราหวังว่าจะรักษาธุรกิจของเราไปพร้อมกับยกระดับเศรษฐกิจในท้องถิ่น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“กลยุทธ์การจัดการของเราสำหรับธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปอง มุ่งเน้นที่การปรับการดำเนินงานของเราให้สอดคล้องกับข้อกำหนดด้านสุขภาพและความปลอดภัยใหม่ เราได้ลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถเช็คอินแบบไร้สัมผัสและชำระเงินแบบดิจิทัล นอกจากนี้ เรายังปรับปรุงการทำความสะอาด โปรโตคอลและฝีกอบรมพนักงานของเราตามนั้น ยิ่งกว่านั้น เรายังกระจายข้อเสนอของเราให้รวมถึงประสบการณ์เสมือนจริงและเวิร์กช็อปออนไลน์เพื่อรองรับแขกที่อาจไม่สามารถมาเยี่ยมชมได้ ด้วยนวัตกรรม” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

สามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์การจัดการด้านการจัดการองค์กร กลยุทธ์การจัดการด้านการจัดการองค์กรสำหรับธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองในช่วงสถานการณ์โควิด 19 มุ่งเน้นไปที่การลดความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจให้กับแขกและพนักงาน โดยเน้นย้ำเรื่องสุขอนามัยและความสะอาด การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ และการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยมี 5 ประเด็นที่สำคัญดังนี้

1. ความปลอดภัย เน้นการฆ่าเชื้อโรค การเว้นระยะห่างทางสังคม และจำกัดจำนวนผู้เข้าชม
2. ปรับตัว มีการฝีกอบรมและการปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
3. การสื่อสาร มีการสื่อสารที่ชัดเจนและนโยบายที่ยืดหยุ่น
4. การสนับสนุน มีการให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนทางการเงินแก่เจ้าของโฮมสเตย์
5. สุขอนามัย ปฏิบัติตามระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัย

3. กลยุทธ์การจัดการด้านการจัดคนเข้าทำงาน

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลยุทธ์การจัดการด้านการจัดคนเข้าทำงานด้วยความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นได้จัดทำโครงการฝึกงานเพื่อให้การฝีกอบรมเชิงปฏิบัติและประสบการณ์ในธุรกิจโฮมสเตย์ สิ่งนี้ช่วยดึงดูดผู้มีความสามารถใหม่และนำไปสู่การฟื้นตัวของอุตสาหกรรมในระยะยาว กระบวนการสรรหาได้รับการปรับให้เข้ากับการสัมภาษณ์เสมือนจริงและการเริ่มต้นใช้งานทางไกลเพื่อให้แน่ใจว่าประสบการณ์ที่ราบรื่นและไร้การสัมผัส มีการดำเนินโครงการอ้างอิงเพื่อใช้ประโยชน์จากเครือข่ายพนักงานที่มีอยู่และค้นหาผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมของบริษัท ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง ธุรกิจได้ขยายการให้บริการไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวในประเทศและปรับเปลี่ยนบทบาทเพื่อรักษาพนักงานที่มีอยู่ มีการจัดทำสัญญาระยะสั้นและการจัดการที่เป็นอิสระเพื่อให้ทั้งธุรกิจและพนักงานมีความยืดหยุ่นโดยพิจารณาจากลักษณะที่ไม่แน่นอนของการแพร่ระบาด ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“กลยุทธ์การจัดการของเราในการสรรหาบุคลากรเพื่อทำงานในธุรกิจโฮมสเตย์ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 นั้นมุ่งเน้นไปที่ประเด็นสำคัญหลายประการก่อนอื่น เราให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของทั้งพนักงานและผู้มาติดต่อ เราปฏิบัติตามแนวทางและระเบียบการที่กำหนดโดยหน่วยงานด้านสุขภาพอย่างเคร่งครัดเพื่อลด

ความเสี่ยงของการแพร่เชื้อโควิด19” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“เรายังให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเป็นมิตรสำหรับพนักงาน เราได้ดำเนินมาตรการด้านสุขอนามัยที่เข้มงวดและจัดหาอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลเพื่อความปลอดภัยของทั้งพนักงานและผู้มาติดต่อ มีการทดสอบและตรวจสอบอุณหภูมิเป็นประจำ และมีมาตรการแยกที่เหมาะสมหากเกิดกรณีที่ต้องสงสัย เพื่อจัดการกับข้อกังวลใด ๆ ที่ผู้ว่าจ้างอาจมีเกี่ยวกับความมั่นคงของงาน เราได้ใช้ระบบสนับสนุนที่ครอบคลุม ซึ่งรวมถึงการจัดเตรียมช่องทางการสื่อสารที่ชัดเจนสำหรับการอัปเดตสถานการณ์ COVID 19 เสนอโปรแกรมความช่วยเหลือทางการเงิน และร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อมอบโอกาสในการฉีดวัคซีนให้กับพนักงานของเรา” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“เราได้ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสรรหาที่คล่องตัว รวมถึงแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการสมัคร และการประชุมทางวิดีโอสำหรับการสัมภาษณ์ เราให้ความสำคัญกับโอกาสในการทำงานในท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด มีการบังคับใช้มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยอย่างเข้มงวด รวมถึงการตรวจสอบสุขภาพ การทดสอบ อุณหภูมิ ข้อกำหนดในการวัดขนาด และสวมหน้ากาก เรายังร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อรับข้อมูลล่าสุดเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับโควิด19 กลยุทธ์ของเรารับประกันการจัดการที่ปลอดภัยสำหรับธุรกิจโฮมสเตย์ท่ามกลางความท้าทายของการแพร่ระบาด” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“เราได้เปลี่ยนไปใช้การสรรหาบุคลากรเสมือนจริง โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการสมัครทางไกล ซึ่งช่วยให้มั่นใจได้ถึงการเดินทางระยะทางสังคมและลดการปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพระหว่างขั้นตอนเริ่มต้นของกระบวนการ นอกจากนี้ เราให้ความสำคัญกับการสร้างโอกาสสำหรับผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นที่ได้รับผลกระทบจากโรคระบาด ด้วยการมุ่งเน้นไปที่บุคคลที่ได้รับผลกระทบจากการลดลงของการท่องเที่ยว เราจึงแสวงหาและมีส่วนร่วมกับพวกเขาอย่างจริงจัง โดยเสนอการจ้างงานในธุรกิจโฮมสเตย์เพื่อสนับสนุนความพยายามในการฟื้นฟูชุมชน” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“กลยุทธ์การจัดการของเราสำหรับการสรรหาคนเพื่อทำงานในธุรกิจโฮมสเตย์ในช่วงสถานการณ์โควิด19 นั้นมุ่งเน้นไปที่การปรับตัวให้เข้ากับความท้าทายใหม่ ๆ และรับประกันความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้พักอาศัยและผู้มาเยือน ประการแรก เราได้ดำเนินมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวดตามแนวทางของรัฐบาล ซึ่งรวมถึงการฆ่าเชื้อที่พักแบบโฮมสเตย์อย่างสม่ำเสมอ จัดหาอุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลให้กับพนักงาน และส่งเสริมการปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่ดี” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“เราส่งเสริมธุรกิจโฮมสเตย์ของเราอย่างจริงจังผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลและช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ด้วยข้อจำกัดด้านการเดินทาง เราจึงเข้าใจถึงความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีเพื่อเข้าถึงผู้ที่มีโอกาสเป็นแขก เราได้ปรับปรุงเว็บไซต์และการแสดงตัวตนบนโซเชียลมีเดียของเรา นำเสนอประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและมาตรการความปลอดภัยที่เรานำเสนอในหมู่บ้านแม่กำปอง ด้วยวิธีนี้เราสามารถดึงดูดผู้เข้าชมที่กำลังมองหาประสบการณ์การเดินทางที่ปลอดภัยและแท้จริงท่ามกลางการแพร่ระบาด” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“เราได้เปลี่ยนกลยุทธ์การสรรหาบุคลากรเพื่อมุ่งเน้นไปที่ผู้มีความสามารถในท้องถิ่นมากขึ้น ด้วยข้อจำกัดด้านการเดินทาง เราจึงมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันกับชุมชนเพื่อค้นหาบุคคลที่สนใจทำงานในธุรกิจโฮมสเตย์ แนวทางนี้ไม่เพียงแต่สนับสนุนคนในท้องถิ่นเท่านั้น เศรษฐกิจ แต่ยังช่วยให้การเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างราบรื่นโดยมีความท้าทายด้านลอจิสติกส์น้อยที่สุด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“เพื่อดึงดูดพนักงานที่มีศักยภาพในระหว่างสถานการณ์ COVID 19 เราได้เสนอการเตรียมการทำงานที่ยืดหยุ่น ซึ่งรวมถึงตัวเลือกการทำงานนอกเวลาและการทำงานจากระยะไกล ทำให้บุคคลสามารถรักษาภาระผูกพันที่มีอยู่ในขณะที่มีส่วนร่วมในธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา เราเชื่อสิ่งนี้ ความยืดหยุ่นช่วยให้เราใช้ประโยชน์จากกลุ่มผู้มีความสามารถที่กว้างขึ้น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“เมื่อตระหนักถึงความจำเป็นด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย เราจึงได้รวมโปรแกรมการฝึกอบรมที่ครอบคลุมโดยเน้นที่ระเบียบการด้านสุขภาพ กระบวนการสรรหาของเราตอนนี้เน้นบุคคลที่มีความเข้าใจอย่างถ่องแท้เกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัย COVID 19 และสามารถรับประกันสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับแขก สิ่งนี้ วิธีการช่วยสร้างความเชื่อมั่นในธุรกิจของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“เราใช้กลยุทธ์การรับสมัครแบบหลายช่องทาง โดยใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มออนไลน์และโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงผู้สมัครที่มีศักยภาพ สิ่งนี้ช่วยให้เราสามารถขยายการค้นหาของเราและเชื่อมต่อกับบุคคลที่อาจไม่เคยพิจารณาทำงานในธุรกิจโฮมสเตย์มาก่อน นอกจากนี้ยัง ช่วยให้เราไม่พลาดการติดต่อกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดงาน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“เพื่อจัดการกับความท้าทายทางการเงินที่บุคคลต้องเผชิญระหว่างการแพร่ระบาด เราได้แก้ไขแพ็คเกจค่าตอบแทนและสวัสดิการของเรา เราเสนอค่าจ้างที่แข่งขันได้ โบนัส และสิ่งจูงใจเพื่อดึงดูดบุคคลที่มีความสามารถ โดยการนำเสนอความมั่นคงและโอกาสในการเติบโต เรามุ่งมั่นที่จะสร้างพนักงานที่ภักดีและมีแรงบันดาลใจ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“ด้วยความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น เราได้จัดทำโครงการฝึกงานที่ให้การฝึกอบรมภาคปฏิบัติและประสบการณ์ในธุรกิจโฮมสเตย์ สิ่งนี้ไม่เพียงช่วยให้เราดึงดูดผู้มีความสามารถใหม่ ๆ เท่านั้น แต่ยังช่วยให้เราสามารถดูแลและเลี้ยงดูบุคคลที่สามารถมีส่วนร่วมใน พื้นที่ของอุตสาหกรรมในระยะยาว” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“เพื่อให้แน่ใจว่ากระบวนการสรรหาเป็นไปอย่างรวดเร็ว เราได้ใช้การสัมภาษณ์เสมือนจริงและขั้นตอนการเริ่มงานทางไกล ซึ่งช่วยให้เราสามารถประเมินผู้สมัครได้อย่างมีประสิทธิภาพในขณะที่ลดการสัมผัสทางกายภาพ เราจัดเตรียมสื่อการฝึกอบรมที่จำเป็นทางออนไลน์และดำเนินการปฐมนิเทศผ่านเครื่องมือการประชุมทางวิดีโอ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“เราได้ใช้โปรแกรมการอ้างอิงเพื่อส่งเสริมให้พนักงานที่มีอยู่ของเราแนะนำผู้สมัครที่มีศักยภาพ โดยการเสนอสิ่งจูงใจสำหรับการอ้างอิงที่ประสบความสำเร็จ เราได้เข้าถึงเครือข่ายของพวกเขาและได้รับประโยชน์จากความไว้วางใจและความคุ้นเคยที่พวกเขามีต่อการเชื่อมต่อ กลยุทธ์นี้ช่วยเรา ค้นหาผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมของบริษัทของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“เพื่อตอบสนองต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง เราได้ขยายข้อเสนอของเราไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เดินทางในประเทศ การเปลี่ยนแปลงนี้ช่วยให้เราปรับเปลี่ยนบทบาทบางส่วนและรักษาพนักงานที่มีอยู่ของเราไว้ได้ โดยการแสดงประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครที่โฮมสเตย์ของเรามอบให้เราดึงดูดผู้สมัครที่มีใจรักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“เมื่อพิจารณาจากลักษณะที่ไม่แน่นอนของการแพร่ระบาด เราได้ทำสัญญาระยะสั้นและการเตรียมการแบบอิสระ สิ่งนี้ให้ความยืดหยุ่นสำหรับทั้งธุรกิจและพนักงาน มันช่วยให้เราสามารถปรับพนักงานได้ตามความต้องการในขณะที่เปิดโอกาสให้บุคคลต่าง ๆ ทำงานในอุตสาหกรรมโดยไม่ต้องจ้างงานระยะยาว” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

สามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์การจัดการด้านการจัดคนเข้าทำงานเพื่อรองรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปจากการระบาดของโควิด 19 กลยุทธ์เหล่านี้ช่วยให้ธุรกิจสามารถดึงดูดผู้มีความสามารถใหม่ รักษาพนักงานที่มีอยู่ และปรับตัวให้เข้ากับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีประเด็นที่สำคัญ 5 ประเด็นดังนี้

1. ดึงดูดผู้มีความสามารถใหม่ด้วยโครงการฝึกงาน ร่วมกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น เพื่อฝึกอบรมทักษะที่จำเป็นสำหรับธุรกิจโฮมสเตย์
2. ปรับกระบวนการสรรหาให้สอดคล้องกับสถานการณ์ รองรับการใช้สัมภาษณ์เสมือนจริง และการเริ่มต้นใช้งานทางไกล

3. ใช้ประโยชน์จากเครือข่ายพนักงานที่มีอยู่ ผ่านโครงการอ้างอิง เพื่อหาผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสม
4. ขยายการให้บริการไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ เพื่อรักษาพนักงานที่มีอยู่
5. จัดทำสัญญาระยะสั้นและการจัดการที่เป็นอิสระ เพื่อให้ทั้งธุรกิจและพนักงานมีความยืดหยุ่น

4. กลยุทธ์การจัดการด้านการอำนวยความสะดวก

จากการสัมภาษณ์ พบว่า กลยุทธ์การจัดการด้านการอำนวยความสะดวก เพื่อจัดการกับสถานการณ์โควิด 19 โหสมเตย์หมู่บ้านแม่กำปองและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ได้ใช้มาตรการด้านสุขอนามัยที่เข้มงวดรวมถึงการฆ่าเชื้อ สุขอนามัยของมือ และการสวมหน้ากากอนามัย ทำงานร่วมกับหน่วยงานด้านสุขภาพในท้องถิ่นเพื่อฝึกอบรมเจ้าหน้าที่เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติในการฆ่าเชื้อและการจดจำอาการ สนับสนุนบริการแบบไร้สัมผัส เช่น การชำระเงินดิจิทัลและการจองออนไลน์ ได้จัดตั้งคณะทำงานเพื่อติดตามและปรับกลยุทธ์ ในขณะเดียวกันก็มอบความยืดหยุ่นในนโยบายการจองและการยกเลิก มุ่งเน้นไปที่นักท่องเที่ยวในท้องถิ่นและในประเทศ นำเสนอประสบการณ์เสมือนจริง และส่งเสริมการเดินทางที่มีความรับผิดชอบ การสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลและการเป็นพันธมิตรกับผู้ให้บริการด้านสุขภาพถูกนำมาใช้เพื่อความปลอดภัย ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เพื่อตอบสนองต่อโควิด 19 เรามุ่งเน้นที่โหสมเตย์หมู่บ้านแม่กำปองคือการสร้างความมั่นใจด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้มาเยือนและชุมชนท้องถิ่น เราได้ดำเนินมาตรการด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด รวมถึงการฆ่าเชื้อโรค สุขอนามัยของมือ และการสวมหน้ากาก เราร่วมมือกัน ร่วมกับหน่วยงานสาธารณสุขในท้องถิ่นเพื่อฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ของโหสมเตย์และพนักงานเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติในการฆ่าเชื้อโรค การจดจำอาการ และความสำคัญของการเว้นระยะห่างทางสังคม เราสนับสนุนบริการแบบไร้สัมผัส เช่น การชำระเงินแบบดิจิทัลและการจองออนไลน์เพื่อลดการสัมผัสโดยตรง นอกจากนี้เรายังได้สร้างการติดตาม และระบบรายงานเพื่อตอบสนองกรณีที่น่าจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและทำงานร่วมกับหน่วยงานด้านสุขภาพ” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“เรามีมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวดสำหรับผู้ประกอบการโหสมเตย์: การฆ่าเชื้อ หน้ากากอนามัย สุขอนามัยของมือ การเว้นระยะห่างทางสังคม การตรวจคัดกรองก่อนเดินทางมาถึงพร้อมการตรวจวัดอุณหภูมิและประวัติการเดินทาง นักท่องเที่ยวที่ป่วยหรือมีความเสี่ยงสูงควรเลื่อนออกไป การสื่อสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับมาตรการด้านความปลอดภัยทำให้ผู้เข้าพักมั่นใจได้ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบเคารพในแนวทางปฏิบัติ ประเพณี และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น เราให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและความยั่งยืนสำหรับผู้มาเยือนและชุมชนท้องถิ่น” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“เราให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยด้วยระเบียบการที่เข้มงวดตามแนวทางของหน่วยงานด้านสุขภาพ เจ้าหน้าที่ของเราได้รับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอเกี่ยวกับหลักปฏิบัติด้านสุขอนามัย เช่น การล้างมือ การสวมหน้ากากอนามัย และการเว้นระยะห่างทางสังคม มีการปรับปรุงขั้นตอนการทำความสะอาดและการฆ่าเชื้อพื้นผิวที่มีการสัมผัสบ่อย มีจุดบริการเจลทำความสะอาดมือในพื้นที่ส่วนกลาง นโยบายการยกเลิกแบบยืดหยุ่นของเรารองรับแผนการเปลี่ยนแปลงของผู้เข้าพัก” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เราได้จัดตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจของหมู่บ้านโดยเฉพาะเพื่อติดตามและดำเนินการตามมาตรการโควิด19 ภายในธุรกิจโฮมสเตย์ คณะทำงานนี้ประกอบด้วยตัวแทนจากฝ่ายบริหารหมู่บ้าน เจ้าของโฮมสเตย์ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง พวกเขาประชุมกันเป็นประจำเพื่อทบทวนสถานการณ์ จัดการกับความท้าทาย และเสนอการปรับเปลี่ยนที่จำเป็นสำหรับกลยุทธ์ของเรา” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ COVID 19 เราได้ใช้กลยุทธ์หลายอย่างเพื่อความปลอดภัยของแขกและชุมชนของเรา ก่อนอื่น เราได้กำหนดระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด รวมถึงการฆ่าเชื้อโรคในพื้นที่ส่วนกลางและที่พักของผู้เข้าพักเป็นประจำ เราจัดเตรียมเจลทำความสะอาดมือและส่งเสริมการล้างมือระหว่างแขกและพนักงาน เรายังเพิ่มความถี่ในการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อในสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ร่วมกัน” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“เราได้แก้ไขนโยบายการจองและการยกเลิกเพื่อให้แขกที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดมีความยืดหยุ่นมากขึ้น ซึ่งรวมถึงการเสนอการคืนเงินเต็มจำนวนหรือตัวเลือกการเปลี่ยนกำหนดการสำหรับผู้ที่ไม่สามารถเดินทางได้เนื่องจากข้อจำกัดของโควิด 19 เราได้ปรับปรุงช่องทางการสื่อสารของเราเพื่อให้แขกของเราทราบเกี่ยวกับมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยล่าสุดและการปรับปรุงใด ๆ เกี่ยวกับกฎระเบียบในท้องถิ่น” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“เราได้ดำเนินมาตรการด้านสุขอนามัยที่เข้มงวดและปรับปรุงขั้นตอนการทำความสะอาดในโฮมสเตย์ของเรา เราจัดเตรียมเจลทำความสะอาดมือ ส่งเสริมการเว้นระยะห่างทางสังคม และส่งเสริมกระบวนการเช็คอินและเช็คเอาท์แบบไร้สัมผัส นอกจากนี้ เรายังอัปเดตแนวทางของรัฐบาลล่าสุดอยู่เสมอและแจ้งให้ผู้เข้าพักทราบ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“เราได้เปลี่ยนโฟกัสไปที่นักท่องเที่ยวในท้องถิ่นและในประเทศ และทำการตลาดโฮมสเตย์ของเราตามลำดับ เราได้สร้างแพ็คเกจที่พักที่น่าสนใจและร่วมมือกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการเดินทางที่มีความรับผิดชอบ นอกจากนี้ เรายังใช้นโยบายการยกเลิกที่ยืดหยุ่นเพื่อให้ความมั่นใจแก่แขกของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“เราได้นำเสนอข้อเสนอที่หลากหลายเพื่อรวมประสบการณ์เสมือนจริงและเวิร์กช็อปออนไลน์สำหรับแขกที่ไม่สามารถเดินทางได้ สิ่งนี้ช่วยให้เราสร้างรายได้และรักษาการมีส่วนร่วมกับผู้ชมของเราในช่วงที่เกิดโรคระบาด นอกจากนี้ เรายังร่วมมือกับธุรกิจในท้องถิ่นอื่น ๆ เพื่อสร้างโปรโมชั่นร่วมกัน และโปรโมชั่นข้ามบริการของกันและกัน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“เราใช้การตลาดดิจิทัลและแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพื่อเข้าถึงผู้ชมที่กว้างขึ้น เรามุ่งเน้นที่การนำเสนอประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครและความงามตามธรรมชาติของหมู่บ้านแม่กำปอง โดยเน้นถึงความปลอดภัยและความเงียบสงบในช่วงเวลาที่ท้าทายเหล่านี้ ระบบการจองและชำระเงินออนไลน์ถูกนำมาใช้เพื่อลดการติดต่อทางกายภาพ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“เราได้ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับกฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัย ซึ่งรวมถึงการลดจำนวนผู้เข้าพักต่อห้องหรือบ้าน ดำเนินการตรวจวัดอุณหภูมิ และกำหนดให้แขกและพนักงานสวมหน้ากากอนามัยในพื้นที่ส่วนกลาง การฆ่าเชื้อพื้นผิวที่มีการสัมผัสบ่อยอย่างสม่ำเสมอก็มีความสำคัญเช่นกัน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“เราได้สร้างความร่วมมือกับผู้ให้บริการด้านการดูแลสุขภาพในท้องถิ่นเพื่อความปลอดภัยของแขกของเรา เราให้การเข้าถึงบริการทางการแพทย์และการตรวจหาเชื้อโควิด 19 หากจำเป็น เราสื่อสารมาตรการเหล่านี้อย่างโปร่งใสแก่แขกของเราผ่านทางเว็บไซต์และช่องทางการจองเพื่อสร้างความไว้วางใจและความมั่นใจ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“เราได้ประเมินราคาของเราใหม่และสร้างข้อเสนอที่น่าสนใจเพื่อกระตุ้นการจอง เราเข้าใจถึงข้อจำกัดทางการเงินที่ผู้คนกำลังเผชิญอยู่ ดังนั้นเราจึงเสนอส่วนลดพิเศษและตัวเลือกการชำระเงินที่ยืดหยุ่น ด้วยการมอบประสบการณ์ราคาไม่แพงและคุ้มค่าเงิน เราตั้งเป้าที่จะดึงดูดผู้เข้าชมหมู่บ้านแม่กำปองให้มากขึ้น” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“เราให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวสำหรับแขกของเรา ด้วยการทำความเข้าใจความชอบและความสนใจของพวกเขา เราจึงปรับแต่งแผนการเดินทางของพวกเขาและให้คำแนะนำสำหรับกิจกรรมที่เอื้อต่อการเว้นระยะห่างทางสังคม เรายังให้ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรการความปลอดภัยที่ใช้ในหมู่บ้านเพื่อบรรเทาความกังวลใด ๆ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“เราได้เพิ่มช่องทางการติดต่อสื่อสารกับแขกทั้งก่อนและระหว่างการเข้าพัก เราให้ข้อมูลอัปเดตเป็นประจำเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด 19 ในพื้นที่ แนวทางปฏิบัติด้านความปลอดภัย และการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ในนโยบายของเรา เราพร้อมที่จะตอบข้อกังวลหรือคำถามที่แขกของเราอาจมี” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“เราได้ร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นและสมาคมการท่องเที่ยวเพื่อใช้มาตรการด้านความปลอดภัยทั่วทั้งจุดหมายปลายทาง ซึ่งรวมถึงการฝึกอบรมพนักงานของเราเกี่ยวกับโปรโตคอลด้านสุขภาพและสุขอนามัย ดำเนินการตรวจสอบสุขภาพเป็นประจำ และปฏิบัติตามแนวทางการเว้นระยะห่างทางสังคม เรามุ่งมั่นที่จะสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเป็นมิตรสำหรับผู้มาเยือนหมู่บ้านแม่กำปองด้วยการทำงานร่วมกัน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

สามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์การจัดการด้านการอำนวยความสะดวก ชุมชนและผู้ประกอบการโฮมสเตย์หมู่บ้านแม่กำปองได้ดำเนินมาตรการต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจด้านสุขภาพและความปลอดภัยของผู้มาเยือนและชุมชนท้องถิ่น โดยการเน้นย้ำด้านสุขภาพและความปลอดภัย ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎระเบียบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นและในประเทศ ใช้เทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัล และร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่นและสมาคมการท่องเที่ยว โดยมีประเด็นที่สำคัญ 5 ประเด็นดังนี้

1. เน้นย้ำเรื่องสุขอนามัยและความปลอดภัย
2. ปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎระเบียบ
3. ให้ความสำคัญกับการสื่อสาร
4. มุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวภายในประเทศ
5. ร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น

5. กลยุทธ์การจัดการด้านการควบคุม

จากการสัมภาษณ์ พบว่า หน่วยงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ได้ใช้กลยุทธ์การจัดการควบคุมต่าง ๆ เพื่อจัดลำดับความสำคัญด้านความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้เข้าพักท่ามกลางการแพร่ระบาดของโควิด19 กลยุทธ์เหล่านี้รวมถึงการปฏิบัติตามแนวทางของหน่วยงานด้านสุขภาพในท้องถิ่น การใช้โปรโตคอลที่ครอบคลุมสำหรับการฆ่าเชื้อ การล้างมือบ่อย ๆ และการใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล พื้นที่รับประทานอาหารลดลง ปรับเปลี่ยนพื้นที่รับประทานอาหารให้เว้นระยะห่าง และนำกระบวนการไร้สัมผัสมาใช้ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับโควิด 19 และข้อมูลด้านสุขอนามัยแก่ผู้เข้าพัก พร้อมทั้งมีการตรวจสอบอย่างใกล้ชิดและปรับเปลี่ยนตามความจำเป็น กลยุทธ์ยังเกี่ยวข้องกับแนวทางปฏิบัติในการ

ทำความสะอาดที่เข้มงวด การฝึกอบรมพนักงาน การมีส่วนร่วมของชุมชน กระบวนการคัดกรอง และการปฏิบัติตามแนวทางของรัฐบาล ซึ่งได้จากการสรุปจากบทสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เราให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของคุณโดยปฏิบัติตามแนวทางของหน่วยงานด้านสุขภาพในท้องถิ่น ระเบียบการที่ครอบคลุมของเรารวมถึงการฆ่าเชื้อ การล้างมือบ่อย ๆ และการใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล เราได้ลดความจุ ปรับเปลี่ยนพื้นที่รับประทานอาหาร และนำกระบวนการไร้มัลมาใช้ เราให้ความรู้ผู้เข้าพักเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับโควิด19 และให้ข้อมูลด้านสุขอนามัย เราติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและปรับเปลี่ยนตามความจำเป็น ความปลอดภัยของคุณคือสิ่งที่เราให้ความสำคัญ โปรดปฏิบัติตามระเบียบการด้านสุขภาพและความปลอดภัยทั้งหมด” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 1, 2566)

“เราได้ดำเนินมาตรการทำความสะอาดและสุขอนามัยที่เข้มงวด ฆ่าเชื้อพื้นที่ส่วนกลางและที่พักรับประจำ มีบริการเจลทำความสะอาดมือทั่วบริเวณที่พัก พนักงานของเราได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เหมาะสมและใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคลเพื่อให้แน่ใจว่ามีการเว้นระยะห่างทางสังคม เราได้ลดความจุของโฮมสเตย์และจำกัดจำนวนผู้เข้าพักต่อห้อง พื้นที่รับประทานอาหารได้รับการกำหนดค่าใหม่เพื่อให้มีระยะห่างระหว่างโต๊ะมากขึ้น ขอแนะนำให้ผู้เข้าพักทำการจองล่วงหน้าเพื่อการจัดการการเข้าพักที่มีประสิทธิภาพ เรามีกระบวนการคัดกรองที่เข้มงวด” (คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คนที่ 2, 2566)

“เราปฏิบัติตามแนวทางของรัฐบาลและหน่วยงานด้านสุขภาพอย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของโควิด 19 มีการฝึกอบรมอย่างกว้างขวางแก่เจ้าของโฮมสเตย์และพนักงาน โดยเน้นการปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่ดี การเว้นระยะห่างทางสังคม และการใช้อุปกรณ์ป้องกันส่วนบุคคล” (ผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“การมีส่วนร่วมและความร่วมมือของชุมชนมีบทบาทสำคัญในกลยุทธ์การจัดการควบคุมของเรา เราได้มีส่วนร่วมอย่างแข็งขันกับชุมชนท้องถิ่น สร้างความตระหนักเกี่ยวกับความสำคัญของการปฏิบัติตามมาตรการป้องกันและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่ปฏิบัติตาม การประชุมและช่องทางสื่อสารเป็นประจำช่วยให้เราสามารถจัดการกับข้อกังวล ตอบคำถาม และให้การสนับสนุนแก่เจ้าของโฮมสเตย์” (รองผู้ใหญ่บ้าน, 2566)

“กลยุทธ์ขึ้นอยู่กับมาตรการหลักหลายประการ ประการแรก เราได้ใช้ระเบียบปฏิบัติด้านสุขอนามัยที่เข้มงวดและปรับปรุงแนวปฏิบัติในการทำความสะอาดที่พักรับแบบโฮมสเตย์ทั้งหมดของเรา ซึ่งรวมถึงการฆ่าเชื้อพื้นที่ส่วนกลาง ห้องพักรับ และพื้นผิวที่มีการสัมผัสบ่อยเป็นประจำ” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 1, 2566)

“มีการติดตามแนวทางและคำแนะนำจากหน่วยงานด้านสุขภาพทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด เราอัปเดตข้อมูลล่าสุดอยู่เสมอและปรับการดำเนินงานของเราให้สอดคล้องกัน ซึ่งรวมถึงการปฏิบัติตามข้อจำกัดการเดินทางหรือข้อกำหนดการกักกันที่อาจมีอยู่” (คณะกรรมการหมู่บ้านคนที่ 2, 2566)

“เพื่อความปลอดภัยและสวัสดิภาพของแขกและพนักงานของเรา เราได้ใช้กลยุทธ์การจัดการควบคุมหลายอย่างในธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา ประการแรก เราได้ปรับปรุงระเบียบปฏิบัติในการทำความสะอาดและฆ่าเชื้อของเรา เพื่อให้มั่นใจว่าพื้นที่ส่วนกลางและห้องพักทั้งหมดได้รับการฆ่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ เรายังจัดเตรียมเจลทำความสะอาดมือและวางไว้ในพื้นที่ที่เข้าถึงได้ง่ายสำหรับแขกและพนักงาน” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 1, 2566)

“ในธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา เราได้ใช้มาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวดเพื่อควบคุมการแพร่กระจายของโควิด 19 ซึ่งรวมถึงการตรวจวัดอุณหภูมิแขกและพนักงานทุกคนเมื่อเดินทางมาถึง ตลอดจนข้อกำหนดในการสวมหน้ากากอนามัยในพื้นที่ส่วนกลาง เรายังลดจำนวนแขกที่อนุญาตในแต่ละครั้งเพื่อให้แน่ใจว่ามีการเว้นระยะห่างทางสังคม” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 2, 2566)

“กลยุทธ์การจัดการควบคุมของเราในธุรกิจโฮมสเตย์เกี่ยวข้องกับการคัดกรองแขกอย่างละเอียดก่อนเดินทางมาถึง เราต้องการให้พวกเขาแสดงหลักฐานการทดสอบโควิด 19 ที่เป็นลบซึ่งดำเนินการภายในกรอบเวลาที่กำหนด นอกจากนี้ เรายังมีการติดต่อเช็คอินแบบจำกัดและได้ทำให้กระบวนการจองและการชำระเงินของเราเป็นแบบดิจิทัลเพื่อลดการโต้ตอบทางกายภาพ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 3, 2566)

“เพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ COVID 19 เราได้ใช้นโยบายการยกเลิกแบบยืดหยุ่นสำหรับธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา สิ่งนี้ทำให้แขกสามารถกำหนดเวลาใหม่หรือยกเลิกการจองโดยไม่มีค่าปรับหากไม่สามารถเดินทางได้เนื่องจากเหตุผลที่เกี่ยวข้องกับ COVID 19 ด้วยการนำเสนอความยืดหยุ่นนี้ เรามุ่งมั่นที่จะสร้างความไว้วางใจและมอบความอุ่นใจให้กับแขกของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 4, 2566)

“เราใช้วิธีการเชิงรุกในการสื่อสารและให้ความรู้แก่ผู้เข้าพักในธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา เราให้ข้อมูลอัปเดตแก่แขกของเราเป็นประจำเกี่ยวกับสถานการณ์ COVID 19 ในพื้นที่และคำแนะนำการเดินทางที่เกี่ยวข้อง เรายังแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับสถานบริการสุขภาพในท้องถิ่นและขั้นตอนต่าง ๆ ในกรณีฉุกเฉินใด ๆ” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 5, 2566)

“ในธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา เราได้ใช้กระบวนการเช็คอินและเช็คเอาท์แบบไร้สัมผัส ผู้เข้าพักสามารถกรอกเอกสารที่จำเป็นและชำระเงินทางออนไลน์ก่อนเดินทางมาถึง ช่วยลดความจำเป็นในการสัมผัสตัว เรายังลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อให้แขกสามารถควบคุมสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องผ่านสมาร์ทโฟน เพื่อลดจุดสัมผัสให้เหลือน้อยที่สุด” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 6, 2566)

“ในฐานะส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การจัดการการควบคุมของเรา เราได้ร่วมมือกับหน่วยงานด้านสุขภาพในท้องถิ่นและใช้โปรโตคอลการตรวจสอบที่เข้มงวด เราคัดกรองพนักงานของเราอย่างสม่ำเสมอสำหรับอาการของ COVID19 และให้การฝึกอบรมที่จำเป็นเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านสุขภาพและสุขอนามัย ด้วยการรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีต่อสุขภาพและปลอดภัย เรายุ่งมั่นที่จะสร้างความมั่นใจให้กับแขกของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 7, 2566)

“เราได้กระจายข้อเสนอของเราในธุรกิจโฮมสเตย์เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวในช่วงสถานการณ์ COVID19 เราได้แนะนำประสบการณ์เสมือนจริงและเวิร์กช็อปออนไลน์ที่แขกสามารถเข้าร่วมได้จากระยะไกล สิ่งนี้ช่วยให้เราสามารถมอบประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครต่อไปได้ในขณะที่ปฏิบัติตามแนวทางการเว้นระยะห่างทางสังคม” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 8, 2566)

“เพื่อจัดการกับผลกระทบของ COVID19 ต่อธุรกิจโฮมสเตย์ของเรา เราได้มุ่งเน้นที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นและสนับสนุนชุมชน เราได้ร่วมมือกับช่างฝีมือและธุรกิจท้องถิ่นเพื่อมอบประสบการณ์และผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงแก่ผู้เข้าพัก สิ่งนี้ไม่เพียงช่วยในการดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังกระตุ้นให้แขกได้สำรวจชุมชนท้องถิ่นในขณะที่ลดความเสี่ยงจากการเดินทาง” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 9, 2566)

“ในธุรกิจโฮมสเตย์ เราได้จัดตั้งทีมรับมือโควิด19 โดยเฉพาะ ทีมงานนี้มีหน้าที่ตรวจสอบการพัฒนาล่าสุด ใช้โปรโตคอลความปลอดภัย และปฏิบัติตามกฎระเบียบของรัฐบาล การมีทีมงานที่เชี่ยวชาญทำให้เราสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วและตัดสินใจอย่างรวดเร็วเพื่อปกป้องแขกและพนักงานของเรา” (ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ คนที่ 10, 2566)

สามารถสรุปได้ว่า กลยุทธ์การจัดการด้านการควบคุมมุ่งเน้นไปที่การลดความเสี่ยงในการแพร่กระจายของเชื้อโรค โดยผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรปฏิบัติตามแนวทางของหน่วยงานด้านสุขภาพอย่างเคร่งครัด และดำเนินการตามมาตรการต่าง ๆ อย่างเข้มงวด เพื่อให้ผู้เข้าพักสามารถพักผ่อนได้อย่างปลอดภัยและมั่นใจ โดยมีประเด็นที่สำคัญ 5 ประเด็น ดังนี้

1. ปฏิบัติตามแนวทางของหน่วยงานด้านสุขภาพ
2. มีมาตรการทำความสะอาดที่เข้มงวด

3. ฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับโควิด-19
4. สื่อสารกับลูกค้า สื่อสารกับลูกค้าเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย
5. ตรวจสอบและปรับเปลี่ยนตามความจำเป็น

จากการศึกษาดังกล่าวข้างต้นสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) และ TOWS Matrix สรุปการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางได้ดังนี้



ตารางที่ 12 สรุปการวิเคราะห์ TOWS Matrix

	ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ปัจจัยภายนอก		1. ทรัพยากรธรรมชาติ ชุมชน การท่องเที่ยว เอื้อต่อการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม 2. สภาพแวดล้อมธรรมชาติของ สถานที่ ความปลอดภัย และ ความร่วมมือของชุมชน 3. ชุมชนเข้มแข็ง ผู้ประกอบการปรับตัวได้ดี มี การใช้เทคโนโลยีที่เป็น ประโยชน์ 4. ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน การสื่อสารประสานงานที่มี ประสิทธิภาพ	1. รายได้ลดลง มีต้นทุนสูง การ ปรับให้เข้ากับความต้องการขอ ตลาดซ้ำ 2. เข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ยาก การแข่งขันสูง ความต้องการ ในระยะยาว 3. ได้รับผลกระทบจากโควิด ขาด แคลนบุคลากร ขาดงบประมาณ 4. ต้องใช้ทรัพยากรมาก ทำให้เกิด การควบคุมงานยาก
โอกาส			
1. กฎหมาย นโยบายด้าน สุขภาพและความปลอดภัย โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในประเทศ 2. ความต้องการด้านการ ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น การสนับสนุน จากภาครัฐและเอกชน 3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เติบโตขึ้นจากความต้องการของ นักท่องเที่ยว 4. เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ปรับ บริการตามความต้องการ การ โปรโมท	1. พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความ ต้องการที่ หลากหลายของ นักท่องเที่ยว 2. ขยายตลาดไปยัง กลุ่ม นักท่องเที่ยวใหม่ ๆ 3. ร่วมมือกับผู้ประกอบการด้าน อื่น ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขัน	1. พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อ เข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 2. พัฒนาระบบการจัดการเพื่อเพิ่ม ประสิทธิภาพและลดต้นทุน 3. พัฒนาระบบการบริหารงาน บุคคลเพื่อส่งเสริมความผูกพันของ พนักงาน	

ตารางที่ 12 (ต่อ)

	ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง	จุดอ่อน
ปัจจัยภายนอก			
โอกาส (ต่อ)			
5. กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จุดเด่นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ			
6. ความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว เทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย			
อุปสรรค			
1. มาตรการจำกัดการเดินทางและกฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัย	1. ปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัยของรัฐบาล	1. เพิ่มรายได้จากแหล่งอื่น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการเงิน	
2. ความกังวลด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและการแข่งขันจากธุรกิจที่พกอื่น ๆ	2. ปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว	2. พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความโดดเด่นและสร้างความแตกต่าง	
3. ผลกระทบต่อชุมชนในด้านการท่องเที่ยว	3. พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน	3. พัฒนาระบบการบริหารจัดการที่เข้มแข็งเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง	
4. ความซับซ้อนและความล่าช้า			
5. การระบาดของโควิด 19 และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป			
6. การแข่งขันจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง			

จากตารางที่ 12 สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

1.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชนเกษตรกรรมอาจพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม เช่น การจัดทัวร์ชมฟาร์ม การทำกิจกรรมการเกษตร เป็นต้น

1.2 ขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ๆ ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่ม LGBTQ+ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอาจพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น เส้นทางเดินป่าที่สะดวกสบาย ห้องพักที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น

1.3 ร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น ร่วมมือกับผู้ประกอบการร้านอาหารหรือร้านขายของที่ระลึกในท้องถิ่น เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชนท่องเที่ยวอาจร่วมมือกับผู้ประกอบการร้านอาหารหรือร้านขายของที่ระลึกในท้องถิ่น เพื่อนำเสนอแพ็คเกจท่องเที่ยวที่คุ้มค่าและน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

2.1 พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ธุรกิจโฮมสเตย์ที่มีจุดอ่อนด้านรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ อาจพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เช่น เข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือสัมมนาการท่องเที่ยวในต่างประเทศ จัดทำแคมเปญการตลาดออนไลน์เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น

2.2 พัฒนาระบบการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน ธุรกิจโฮมสเตย์ที่มีจุดอ่อนด้านการจัดการ อาจพัฒนาระบบการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน เช่น พัฒนาระบบจองห้องพักออนไลน์ พัฒนาระบบบริหารจัดการสต็อกสินค้า เป็นต้น

2.3 พัฒนาระบบการบริหารงานบุคคลเพื่อส่งเสริมความผูกพันของพนักงาน ธุรกิจโฮมสเตย์ที่มีจุดอ่อนด้านการบริหารงานบุคคล อาจพัฒนาระบบการบริหารงานบุคคลเพื่อส่งเสริมความผูกพันของพนักงาน เช่น จัดทำหลักสูตรฝึกอบรมและพัฒนาทักษะพนักงาน จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน เป็นต้น

3. กลยุทธ์เชิงรับ (ST)

3.1 ปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัยของรัฐบาล ธุรกิจโฮมสเตย์อาจต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัยของรัฐบาล เช่น จัดทำแผนเผชิญเหตุและแผนฉุกเฉิน พัฒนาระบบสุขอนามัยและความปลอดภัยในที่พัก เป็นต้น

3.2 ปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว ธุรกิจโฮมสเตย์อาจต้องปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว เช่น พัฒนาบริการใหม่ ๆ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Z เป็นต้น

3.3 พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ธุรกิจโฮมสเตย์อาจพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เช่น พัฒนาระบบจองห้องพักออนไลน์ พัฒนาระบบชำระเงินออนไลน์ เป็นต้น

4. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT)

4.1 เพิ่มรายได้จากแหล่งอื่น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการเงิน ธุรกิจโฮมสเตย์อาจเพิ่มรายได้จากแหล่งอื่น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการเงิน เช่น พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างรายได้เสริม หาแหล่งเงินทุนจากแหล่งอื่น ๆ เป็นต้น

4.2 พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความโดดเด่นและสร้างความแตกต่าง ธุรกิจโฮมสเตย์อาจพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความโดดเด่นและสร้างความแตกต่าง เช่น เน้นการนำเสนอประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นต้น

4.3 พัฒนาระบบการจัดการที่เข้มแข็งเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ธุรกิจโฮมสเตย์อาจพัฒนาระบบการจัดการที่เข้มแข็งเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง เช่น พัฒนาระบบบริหารความเสี่ยง พัฒนาระบบติดตามและประเมินผล เป็นต้น

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งการเก็บข้อมูลจากการรวบรวมการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) ศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผล
3. องค์ความรู้ใหม่
4. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น จำนวน 2 คน ผู้ใหญ่บ้าน และรองผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 2 คน คณะกรรมการหมู่บ้าน จำนวน 2 คน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและการบริการ จำนวน 10 คน ซึ่งทำการสัมภาษณ์ในวันและเวลาที่ใกล้เคียงกัน สามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

1.1 ปัจจัยภายใน

จากการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการระบาดของโควิด19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวและรายได้ลดลง เจ้าของโฮมสเตย์กำลังดิ้นรนเพื่อชดเชยค่าใช้จ่ายและเงินเดือน โดยบางแห่งต้องปิดชั่วคราวเนื่องจากความต้องการมีน้อย ความช่วยเหลือจากรัฐบาลได้ช่วยบรรเทาความเสียหายทางการเงิน เพื่อแก้ปัญหานี้ เจ้าของโฮมสเตย์เสนอส่วนลด กระจายแหล่งรายได้ และใช้มาตรการลดต้นทุน ความพยายามทางการตลาดในขณะนี้

มุ่งเน้นไปที่การโปรโมททางโซเชียลมีเดียและการเป็นพันธมิตรกับผู้ให้บริการทัวร์ท้องถิ่นโดยกำหนดเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศ ให้ความสำคัญกับมาตรการความปลอดภัย เน้นการป้องกัน และแสดงลักษณะเฉพาะของหมู่บ้าน การแสดงตนทางออนไลน์ เนื้อหาคุณภาพสูง และทัวร์เสมือนจริง/เวิร์กช็อปใช้เพื่อดึงดูดผู้มีโอกาสเป็นลูกค้า การร่วมมือกับรัฐบาลท้องถิ่นและองค์กรการท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการเป็นพันธมิตรและการตลาดแบบปากต่อปากช่วยขยายฐานลูกค้า การมีส่วนร่วมของชุมชนและการเลี้ยงดูผู้เร่ร่อนทางดิจิทัลเป็นกลยุทธ์หลัก ให้ความสำคัญกับมาตรการด้านสุขภาพและสวัสดิภาพของพนักงาน รวมถึงการยกระดับทักษะพนักงานและการสื่อสารที่ชัดเจน

1.2 ปัจจัยภายนอก

จากการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการระบาดของโควิด 19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวและรายได้ลดลง เจ้าของโฮมสเตย์กำลังดิ้นรนเพื่อชดเชยค่าใช้จ่ายและเงินเดือน โดยบางแห่งต้องปิดชั่วคราวเนื่องจากความต้องการมีน้อย ความช่วยเหลือจากรัฐบาลได้ช่วยบรรเทาความท้าทายทางการเงิน เพื่อแก้ปัญหานี้ เจ้าของโฮมสเตย์เสนอส่วนลด กระจายแหล่งรายได้ และใช้มาตรการลดต้นทุน ความพยายามทางการตลาดในขณะนี้มุ่งเน้นไปที่การโปรโมททางโซเชียลมีเดียและการเป็นพันธมิตรกับผู้ให้บริการทัวร์ท้องถิ่นโดยกำหนดเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศ ให้ความสำคัญกับมาตรการความปลอดภัย เน้นการป้องกัน และแสดงลักษณะเฉพาะของหมู่บ้าน การแสดงตนทางออนไลน์ เนื้อหาคุณภาพสูง และทัวร์เสมือนจริง/เวิร์กช็อปใช้เพื่อดึงดูดผู้มีโอกาสเป็นลูกค้า การร่วมมือกับรัฐบาลท้องถิ่นและองค์กรการท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการเป็นพันธมิตรและการตลาดแบบปากต่อปากช่วยขยายฐานลูกค้า การมีส่วนร่วมของชุมชนและการเลี้ยงดูผู้เร่ร่อนทางดิจิทัลเป็นกลยุทธ์หลัก ให้ความสำคัญกับมาตรการด้านสุขภาพและสวัสดิภาพของพนักงาน รวมถึงการยกระดับทักษะพนักงานและการสื่อสารที่ชัดเจน

2. กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

จากการสัมภาษณ์พบว่า ธุรกิจโฮมสเตย์ของหมู่บ้านแม่กำปองเพื่อรับมือกับสถานการณ์โควิด 19 ได้ดำเนินกลยุทธ์หลายประการโดยเน้นเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยได้นำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ในการขายและการจอง ในขณะเดียวกันก็สนับสนุนชุมชนท้องถิ่น มาตรการรวมถึงการฝึกอบรมอย่างละเอียดเกี่ยวกับการปฏิบัติด้านสุขอนามัยสำหรับเจ้าของที่พัก การปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของรัฐบาลอย่างเคร่งครัด และนโยบายการจองที่ยืดหยุ่น ได้เพิ่มสถานะทางออนไลน์และร่วมมือกับเจ้าหน้าที่และองค์กรในท้องถิ่น กลยุทธ์ดังกล่าวยังเน้นย้ำถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อ การสื่อสาร และการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง มีการใช้โปรโตคอลด้านสุขอนามัย ความจุที่ลดลง และการเช็คอินแบบไร้สัมผัส กลยุทธ์การจัดการการจัดหาพนักงานรวมถึงโปรแกรม

การฝึกงาน การสัมภาษณ์เสมือนจริง และโปรแกรมการอ้างอิง ธุรกิจเจาะกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวในประเทศ พลิกบทบาท และจัดทำสัญญาระยะสั้นเพื่อความคล่องตัว กลยุทธ์การจัดการด้านการบริหารรวมถึงมาตรการด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด การฝึกอบรม บริการแบบไร้สัมผัส และความยืดหยุ่นในนโยบายการจองและการยกเลิก โฟกัสยังคงอยู่ที่นักท่องเที่ยวในท้องถิ่นและในประเทศ ประสบการณ์เสมือนจริง และการเดินทางที่มีความรับผิดชอบ

จากการสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ ซึ่งสามารถวิเคราะห์กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) และ TOWS Matrix ได้ผลการศึกษาดังนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis)

1. จุดแข็ง

1.1 การเงิน ด้านที่ตั้ง ทรัพยากรธรรมชาติ ชุมชน และการท่องเที่ยว ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

1.2 การตลาด สภาพแวดล้อมที่เงียบสงบและเป็นธรรมชาติ ความปลอดภัยและสุขอนามัย ประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร และความร่วมมือในท้องถิ่น

1.3 การจัดการ ชุมชนเข้มแข็ง มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ผู้ประกอบการปรับตัวได้ดี และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี

1.4 การบริหารงานบุคคล ความสำคัญกับความปลอดภัยและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน มีการปรับตัวและความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงมีการสื่อสารและการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ

2. จุดอ่อน

2.1 การเงิน รายได้ลดลง ต้นทุนการดำเนินงานสูง รายได้จากแหล่งอื่น ๆ น้อย และปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปซ้ำ

2.2 การตลาด การเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ การแข่งขัน และความต้องการในระยะยาว

2.3 การจัดการ ได้รับผลกระทบจากโควิด ขาดแคลนบุคลากรด้านท่องเที่ยว และขาดแคลนงบประมาณ

2.4 การบริหารงานบุคคล การบริหารงานบุคคลที่อาจต้องใช้ทรัพยากรมากและอาจทำให้ยากต่อการควบคุมงาน

3. โอกาส

3.1 กฎหมายและนโยบายของภาครัฐ แนวทางด้านสุขภาพและความปลอดภัยของรัฐบาล โครงการริเริ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ และการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่

3.2 เศรษฐกิจ ความต้องการการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น การปรับตัวของผู้ประกอบการ และการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน

3.3 สังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลังโควิด 19 มีแนวโน้มเติบโตขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความต้องการเพิ่มขึ้น

3.4 เทคโนโลยี เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ปรับบริการตามความต้องการ โปรโมทผ่านโซเชียลมีเดีย

3.5 นักท่องเที่ยว กำลังซื้อของนักท่องเที่ยวภายในประเทศที่เพิ่มขึ้น และจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติของไทย

3.6 คู่แข่งขัน การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว และเทคโนโลยีดิจิทัลที่ช่วยในการเข้าถึงนักท่องเที่ยว

4. อุปสรรค

4.1 กฎหมายและนโยบายของภาครัฐ มาตรการจำกัดการเดินทาง ภาวะเปียบด้านสุขภาพและความปลอดภัย และการเก็บรักษาข้อมูลผู้เข้าพัก

4.2 เศรษฐกิจ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ยังต้องเผชิญอุปสรรคด้านความกังวลด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว การแข่งขันจากธุรกิจที่พิกอื่น ๆ และการขาดแคลนแรงงาน

4.3 สังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจก่อให้เกิดอุปสรรคต่อชุมชนได้ หากไม่ได้รับการวางแผนและการจัดการที่ดี

4.4 เทคโนโลยี ความซับซ้อน ความล่าช้า ค่าใช้จ่าย ปัญหาด้านความปลอดภัย

4.5 นักท่องเที่ยว การระบาดของโควิด19 และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป

4.6 คู่แข่งขัน การแข่งขันจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ข้อจำกัดการเดินทาง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป และการบริหารจัดการ

การวิเคราะห์ TOWS Matrix

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

1.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชนเกษตรกรรมอาจพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม เช่น การจัดทัวร์ชมฟาร์ม การทำกิจกรรมการเกษตร เป็นต้น

1.2 ขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ ๆ ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น นักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวในกลุ่ม LGBTQ+ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติอาจพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น เส้นทางเดินป่าที่สะดวกสบาย ห้องพักที่ออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น

1.3 ร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ธุรกิจโฮมสเตย์สามารถร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น ร่วมมือกับผู้ประกอบการร้านอาหารหรือร้านขายของที่ระลึกในท้องถิ่น เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ธุรกิจโฮมสเตย์ในชุมชนท่องเที่ยวอาจร่วมมือกับผู้ประกอบการร้านอาหารหรือร้านขายของที่ระลึกในท้องถิ่น เพื่อนำเสนอแพ็คเกจท่องเที่ยวที่คุ้มค่าและน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

2.1 พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ธุรกิจโฮมสเตย์ที่มีจุดอ่อนด้านรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ อาจพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เช่น เข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือสัมมนาการท่องเที่ยวในต่างประเทศ จัดทำแคมเปญการตลาดออนไลน์เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น

2.2 พัฒนาระบบการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน ธุรกิจโฮมสเตย์ที่มีจุดอ่อนด้านการจัดการ อาจพัฒนาระบบการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน เช่น พัฒนาระบบจองห้องพักออนไลน์ พัฒนาระบบบริหารจัดการสต็อกสินค้า เป็นต้น

2.3 พัฒนาระบบการบริหารงานบุคคลเพื่อส่งเสริมความผูกพันของพนักงาน ธุรกิจโฮมสเตย์ที่มีจุดอ่อนด้านการบริหารงานบุคคล อาจพัฒนาระบบการบริหารงานบุคคลเพื่อส่งเสริมความผูกพันของพนักงาน เช่น จัดทำหลักสูตรฝึกอบรมและพัฒนาทักษะพนักงาน จัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน เป็นต้น

3. กลยุทธ์เชิงรับ (ST)

3.1 ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัยของรัฐบาล ธุรกิจโฮมสเตย์อาจต้องปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบด้านสุขภาพและความปลอดภัยของรัฐบาล เช่น จัดทำแผนเผชิญเหตุและแผนฉุกเฉิน พัฒนาระบบสุขอนามัยและความปลอดภัยในที่พัก เป็นต้น

3.2 ปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว ธุรกิจโฮมสเตย์อาจต้องปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว เช่น พัฒนาบริการใหม่ ๆ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล นักท่องเที่ยวในกลุ่ม Gen Z เป็นต้น

3.3 พัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ธุรกิจโฮมสเตย์อาจพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน เช่น พัฒนาระบบจองห้องพักออนไลน์ พัฒนาระบบชำระเงินออนไลน์ เป็นต้น

4. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT)

4.1 เพิ่มรายได้จากแหล่งอื่น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการเงิน ธุรกิจโฮมสเตย์อาจเพิ่มรายได้จากแหล่งอื่น ๆ เพื่อลดความเสี่ยงด้านการเงิน เช่น พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างรายได้เสริม หาแหล่งเงินทุนจากแหล่งอื่น ๆ เป็นต้น

4.2 พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความโดดเด่นและสร้างความแตกต่าง ธุรกิจโฮมสเตย์อาจพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความโดดเด่นและสร้างความแตกต่าง เช่น เน้นการนำเสนอประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นต้น

4.3 พัฒนาระบบการจัดการที่เข้มแข็งเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง ธุรกิจโฮมสเตย์อาจพัฒนาระบบการจัดการที่เข้มแข็งเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง เช่น พัฒนาระบบบริหารความเสี่ยง พัฒนาระบบติดตามและประเมินผล เป็นต้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “การศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ซึ่งสามารถอภิปรายผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้

1. สภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

1.1 ปัจจัยภายใน

ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้รับผลกระทบจากโควิด 19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวและรายได้ลดลง เจ้าของโฮมสเตย์กำลังใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเอาชนะสิ่งนี้ รวมถึงการเสนอส่วนลด การกระจายแหล่งรายได้ และการดำเนินมาตรการลดต้นทุน เน้นการทำตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการเป็นพันธมิตรกับบริษัททัวร์ในท้องถิ่น เน้นมาตรการความปลอดภัย แสดงลักษณะเฉพาะของหมู่บ้านทางออนไลน์ และนำเสนอทัวร์/เวิร์กช็อปเสมือนจริง การร่วมมือกับรัฐบาลท้องถิ่น องค์กรการท่องเที่ยว และการตลาดแบบปากต่อปากกำลังขยายฐานลูกค้า ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานมีความสำคัญผ่านการยกระดับทักษะและการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ อาจเป็นเพราะธุรกิจโฮมสเตย์ได้รับได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลการบรรเทาปัญหาทางการเงิน มีการออกมาตรการส่วนลดที่ดึงดูด

นักท่องเที่ยว และใช้สื่อโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ สิริตา ศรีสุวรรณ และบงกช เดชมิตร (2562) ศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้คงเสน่ห์ และแตกต่างอย่างมีเอกลักษณ์ เพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า สัมผัสวัฒนธรรมชนบทที่ไม่เหมือนใครพร้อมอัตลักษณ์ชุมชนที่แท้จริง โฮมสเตย์ที่มีเสน่ห์ และประเพณีพื้นเมืองที่ดื่มด่ำค้นพบวิถีชีวิตท้องถิ่น อาหารดั้งเดิม และเรื่องราวอันน่าหลงใหลขณะเข้าพักในที่พักที่ไม่เหมือนใครซึ่งไม่สามารถจำลองที่อื่นได้ และสอดคล้องกับกิตติกุล บุญเปลี่ยน และคณะ (2564) การบริหารจัดการชุมชนและที่พักสำหรับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษากลุ่มโฮมสเตย์บ้านบุงเข้ ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก พบว่า การปรับปรุงภูมิทัศน์ในชุมชนให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมของพื้นที่ เป็นการพัฒนาเชิงกายภาพไปพร้อมกับการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ที่ยั่งยืนต่อไปได้

1.2 ปัจจัยภายนอก

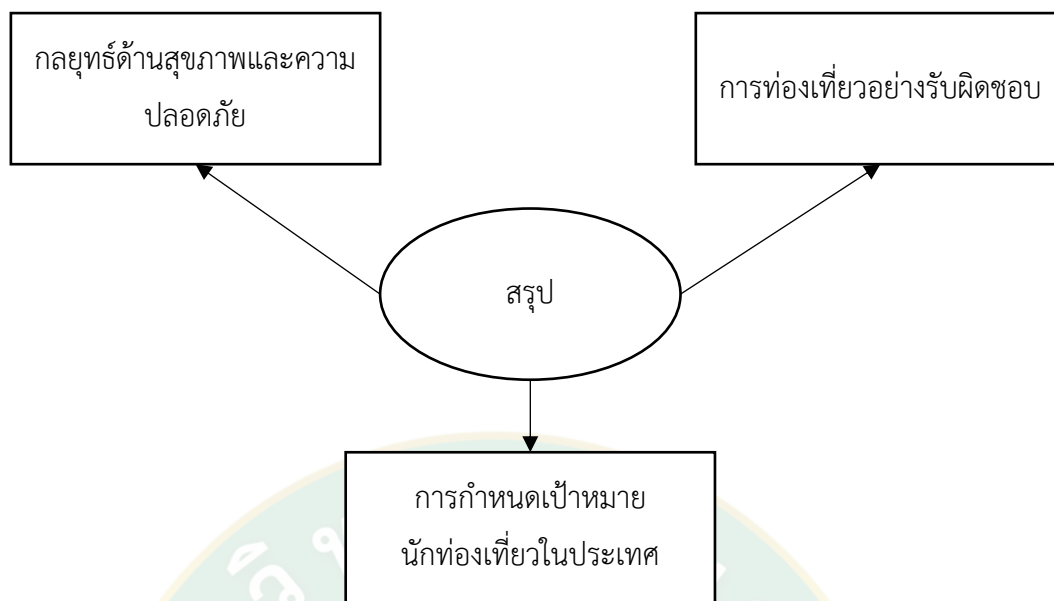
ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้รับผลกระทบจากโควิด19 ส่งผลให้การท่องเที่ยวและรายได้ลดลง เจ้าของโฮมสเตย์กำลังใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ รวมถึงการเสนอส่วนลด การกระจายแหล่งรายได้ และลดค่าใช้จ่าย มุ่งเน้นไปที่การโปรโมททางโซเชียลมีเดีย การเป็นพันธมิตรกับบริษัททัวร์ท้องถิ่น และการรับรองมาตรฐานความปลอดภัย ทัวร์ชมและเวิร์กช็อปเสมือนจริงใช้เพื่อดึงดูดลูกค้า ในขณะที่การมีส่วนร่วมกับชุมชนและการดูแลผู้เร่ร่อนทางดิจิทัลเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานมีความสำคัญผ่านการยกระดับทักษะของพนักงานและการสื่อสารที่ชัดเจน อาจเป็นเพราะได้รับผลกระทบจากการมาตรการในการควบคุมการปิดประเทศ และงดเว้นการเดินทางส่งผลให้โฮมสเตย์ต้องปิดตัวลงชั่วคราว ทำให้ธุรกิจขาดรายได้ไปจนถึงการปิดกิจการ จึงทำให้ต้องร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น องค์การการท่องเที่ยว และการตลาดแบบปากต่อปากสามารถช่วยขยายฐานลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับขวัญฤทัย เดชทองคำ (2564) ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนของธุรกิจภายใต้วิกฤติโควิด19 พบว่า การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบการงดการเข้าออกของผู้เดินทาง จึงนำไปสู่การผลักดันและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจ ประกอบกับรูปแบบการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และสอดคล้องกับดารณี อาจหาญ และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง การยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พักชุมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย พบว่า ประโยชน์และความสำคัญของการปรับปรุงมาตรฐานเกณฑ์ด้านความสะอาดและสุขอนามัยเป็นปัจจัยภายนอกที่จะพัฒนาให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวอีกครั้ง

2. กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

ธุรกิจโฮมสเตย์ของหมู่บ้านแม่กำปองปรับตัวให้เข้ากับโควิด19 โดยให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยผ่านการจองแบบดิจิทัล การฝึกอบรมด้านสุขอนามัย การปฏิบัติตามแนวทางปฏิบัติ ลดความจุ และบริการแบบไร้สัมผัสส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น และกำหนดเป้าหมายนักท่องเที่ยวในประเทศด้วยสัญญาที่ยืดหยุ่นและประสบการณ์เสมือนจริง อาจเป็นเพราะสถานการณ์โควิด19 ที่ไม่แน่นอน อาจทำให้การท่องเที่ยวลดลงและอาจหยุดชะงัก รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เช่น การขายและจองห้องพักออนไลน์ การใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการโปรโมทการท่องเที่ยวจึงจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับพงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี (2564) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่ล้านนาตะวันออกสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง พบว่า การมีส่วนร่วมในการวางแผน ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการ และสร้างระเบียบในการบริหารจัดการร่วมกันช่วยพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับจิตมา บุญมี และคณะ (2561) ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในภาคใต้ พบว่า การพัฒนาศักยภาพและความพร้อมในการรองรับด้านการท่องเที่ยว กระจายรายได้ และผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม สร้างความประทับใจในการให้บริการ ส่งเสริมการวางแผนทางการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จัก

สรุป

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองได้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์โควิด 19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์ด้านสุขภาพและความปลอดภัย การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการกำหนดเป้าหมายนักท่องเที่ยวในประเทศ องค์ความรู้เหล่านี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจโฮมสเตย์อื่น ๆ ในประเทศไทยและทั่วโลก เพื่อให้สามารถปรับตัวและอยู่รอดได้ในสถานการณ์โควิด 19 และในอนาคต ซึ่งสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 2 สรุป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1. กลยุทธ์ด้านการตลาด ควรเน้นการโปรโมตผ่านสื่อสังคมออนไลน์และช่องทางออนไลน์อื่น ๆ เพื่อสร้างการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรร่วมมือกับบริษัททัวร์ท้องถิ่นและหน่วยงานการท่องเที่ยวเพื่อขยายฐานลูกค้า
2. กลยุทธ์ด้านการดำเนินงาน ควรให้ความสำคัญกับมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรลดต้นทุนและปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์
3. กลยุทธ์ด้านการเงิน ควรมุ่งเน้นไปที่การลดต้นทุนและเพิ่มรายได้จากช่องทางอื่น ๆ เช่น การขายสินค้าออนไลน์ เป็นต้น
4. กลยุทธ์ด้านการจัดการ ควรเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาเครื่องมือการตลาดดิจิทัลในการใช้งานที่ง่ายไม่ซับซ้อน การจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นรวมถึงการจัดเก็บสต็อกสินค้าให้เหมาะสมและเพียงพอต่อความต้องการ
5. กลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์ ควรจัดการฝึกอบรมพัฒนาทักษะของพนักงานในด้านต่าง ๆ จัดทำกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงาน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรวิเคราะห์วิธีที่ธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองถูกกระทบในช่วงโควิด19 โดยการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น การลดลงของนักท่องเที่ยว, การปรับเปลี่ยนในการเช่าห้องพัก, การสร้างรายได้แทนที่มาจากการบริการอื่น ๆ เป็นต้น
2. ควรทำการสำรวจและเปรียบเทียบกับธุรกิจโฮมสเตย์ในหมู่บ้านแม่กำปองกับหมู่บ้านอื่น ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่หรือในพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อเปรียบเทียบว่าแม่กำปองได้ดำเนินกลยุทธ์ใดที่เป็นเอกลักษณ์หรือมีประสิทธิภาพในการรับมือกับโควิด19 และสามารถนำไปใช้เรียนรู้ในที่อื่นได้อย่างไร
3. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรวิเคราะห์ความสำเร็จและปัญหาที่เกิดขึ้นจากกลยุทธ์การจัดการที่ธุรกิจโฮมสเตย์ใช้ รวมถึงการเปรียบเทียบกับธุรกิจโฮมสเตย์ในสถานการณ์ปกติ ในที่สุดให้ข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความยืดหยุ่นของธุรกิจโฮมสเตย์ในอนาคต



บรรณานุกรม

- กชนิภา อินทสุวรรณ. 2565. โควิด-19: การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน. **วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์**, 11(1), 416-424.
- กนกรัตน์ ดวงพิบูล และ จารุพันธ์ เมระพันธ์. 2561. โสมสเด็จพระกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน จังหวัดน่าน. **วารสารบัณฑิตวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา**, 9(1), 217-234.
- กรประพัทธ์ ศรีหวอม และ พรพันธุ์ เขมคุณาศัย. 2560. องค์ความรู้งานวิจัยโสมสเด็จพระในบริบทของ สังคมไทย (พ.ศ. 2544 – 2558). น. 161-173. ใน **การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ และนานาชาติครั้งที่ 8**. 22 มิถุนายน 2560 ณ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- กรมการท่องเที่ยว กรมอนามัย และกระทรวงสาธารณสุข. 2563. **คู่มือการปฏิบัติตามมาตรการ ผ่านปรนกิจการและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อ ไวรัสโคโรนา**. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2558. **มาตรฐานโสมสเด็จพระไทย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรวรรณ สังขกร, สุรีย์ บุญญานุกพงศ์, จันทรจิตร เขียวศิริ, กฤษณา พุ่มเล็ก, กาญจนา จีรัตน์ และ พิมพ์ชนก นาคะเกศ. 2555. **การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism ในภาคเหนือตอนบนที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ**. เชียงใหม่: รายงานการวิจัย สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2563. **สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย ไตรมาส 1/2563**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรุงเทพธุรกิจ. 2560. **แม่กำปองที่แท้จริง**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/781759> (5 มีนาคม 2566).
- กิตติกุล บุญเปลื้อง, ศีตลา กลิ่นรอด, ภูริวัฒน์ ไชยมีสุข และ ณพงศ์ปกรณ์ ผลินยศ. 2564. การบริหารจัดการชุมชนและที่พักสำหรับการท่องเที่ยวแบบโสมสเด็จพระ กรณีศึกษา กลุ่มโสมสเด็จพระบ้านบุงเข้ ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก. **สารศาสตร์**, 2, 276-288.
- ขวัญฤทัย เดชทองคำ. 2564. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืนของธุรกิจ ภายใต้ วิถีโคโรนา 19. **วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง**, 17(2), 1-18.

- คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล. 2563. **CORONA VIRUS**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.rama.mahidol.ac.th/atrama/issue037/vocab-rama> (10 มิถุนายน 2565).
- จตุติมา บุญมี, ธนินทร์ สังขดวง และ ปกัศร์ชกรณ์ อารีย์กุล. 2561. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในภาคใต้. **วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง**, 29(3), 74-89.
- เฉลิมพล ศรีทอง และ ชีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. 2564. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal). **วารสารราชภัฏเชียงใหม่**, 22(3), 174-189.
- ดารณี อัจฉาญ, เกิดศิริ เจริญวิศาล และ มนต์สินี บุญมีศรีสง่า. 2564. การยกระดับมาตรฐานปลอดภัยด้านสุขอนามัยการท่องเที่ยวที่พัก ชุมชนวัฒนธรรมยั่งยืนหลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย. **วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**, 22(1), 186-204.
- ฉัตรพร แสงพิรุณ และ สุนทรดี นิมเนตทิพันธ์. 2558. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ในอำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. **วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์**, 10(ฉบับพิเศษ), 67-80.
- บุญทัน ดอกโรส และ ปิยะนันต์ จันทรแหกกล้า. 2559. การกำหนดนโยบายธุรกิจโฮมสเตย์ของไทย. **วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**, 3(1), 78-94.
- ปาริฉัตร ศรีหะรัญ และ พรพิมล ขำเพชร. 2561. การท่องเที่ยวโดยชุมชน. ทางเลือกใหม่สู่ความยั่งยืน. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 12(3), 118-132.
- ปิ่นฤทัย คงทอง และ วีรยา มีสวัสดิกุล. 2562. แนวทางการจัดการความปลอดภัยทางการท่องเที่ยวของอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 13(1), 403-414.
- พงศ์เสวก เอนกจ้านงศ์พร. 2561. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร. **วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 7(1), 55-67.
- พงษ์พิพัฒน์ เสน่ห์ดี. 2564. กลยุทธ์การพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ในพื้นที่ล้านนาตะวันออกสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง. **วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**, 9(2), 14-27.
- เพชรวัฒน์ เส้นทอง. 2560. กลยุทธ์การบริหารจัดการองค์การทางสังคม : กรณีวัดในประเทศไทย **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**, 11(2), 226-240.

- พรรณปพร ภิรมย์วงศ์. 2552. **อัตลักษณ์และการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีผู้ไทบ้านภู ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). 2549. **พุทธวิธีการบริหาร**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาสุริยະ มหฺทโว. 2564. การประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อเป็นแนวทางการรับมือปัญหาโรคระบาด COVID-19. **วารสาร มจร. สังคมศาสตร์ปริทรรศน์**, 10(1), 323-332.
- พุทธทาสภิกขุ. ม.ป.ป. **การบริหารธุรกิจแบบพุทธ**. กรุงเทพฯ: เคล็ดไทย.
- เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว. 2553. **การพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับมหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ตอนล่าง : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์**. เพชรบูรณ์: รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- พงษ์จันทร์ หลวงจันทร์ดวง และ วราภรณ์ ปัญญาวดี. 2561. การพัฒนาตัวชี้วัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม**, 8(1), <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodil/article/view/218418/151269>.
- ภราเดช พยัฆวิเชียร. 2542. **นโยบายอุปสรรคของรัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. In เอกสารประกอบคำบรรยายในรายงานการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ปีการศึกษา 2542**. เชียงใหม่: ห้องปริญญาโท บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มธุรส ปราปไพรี, มลทิชา แจ่มจันทร์, ณัฐวุฒิ สุวรรณช่าง และ พรชัย คุ่มมี. 2550. **การปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 5 จังหวัดภาคตะวันตก**. กรุงเทพฯ: รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- มิ่งสรรพ ขาวสอาด. 2564. **อนาคตฐาน “ท่องเที่ยวไทย” หลังโควิด**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://www.bangkokbiznews.com/business/926948/> (19 มิถุนายน 2565).
- ราชกิจจานุเบกษา. 2555. **ประกาศกรมการท่องเที่ยว เรื่อง กำหนดมาตรฐานบริการท่องเที่ยว มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พ.ศ. 2554**. เล่มที่ 129 ตอนพิเศษ 26 ง, น. 59-63.
- _____. 2565. **ข้อกำหนด ออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 44)**. เล่มที่ 139 ตอนพิเศษ 89 ง หน้า 36-38.
- รุ่งนภา ตาอินทร์. 2551. **ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการบริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ได้รับรางวัลบริหารจัดการที่ดี: กรณีศึกษาองค์กรบริหารส่วนตำบลดอนแก้ว อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- วรพงศ์ ผูกู, ฐิติ ฐิติจำเริญพร, วุฒิพงษ์ ฉั่วตระกูล, อีสรี แพทย์เจริญ, พินทุสร อ่อนเปี่ยม และ จิตรลดา ปิ่นทอง. 2564. รูปแบบการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา **พื้นที่ต้นแบบชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.
- วริษฐา ประจงการ และ สุชานัน จุนอนันตธรรม. 2564. Tourism at a crossroad: อนาคตภาคการท่องเที่ยวไทย เดินต่ออย่างไรในฟ้าหลังฝน. **ธนาคารแห่งประเทศไทย**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/Article_1Aug2021.html (1 เมษายน 2566).
- วินัย หมั่นคติธรรม. 2555. การศึกษาแนวทางการออกแบบและการบูรณะโบราณสถาน เพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ กรณีศึกษา : อาคารศศิพงศ์ประไพ อาคารจุฬารัตนาภรณ์ อาคารอาหารทิพย์นิवास และอาคารเอื้อนอาชว์แถมถวัลย์. กรุงเทพฯ: รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- วิรงรอง มงคลธรรม. 2551. การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศรูปแบบโฮมสเตย์ แหล่งท่องเที่ยว มอหินขาว โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. ขอนแก่น: รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. 2558. **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรัณย์ สันนันทน์. 2563. การบริหารจัดการโฮมสเตย์แบบองค์รวมให้มีความยั่งยืน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. **วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม**, 15(2), 78-94.
- ศิริเพ็ญ เขียมจรรรยา. 2555. **พฤติกรรมและการตัดสินใจเข้าเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ตำหนักสาย สุทธานภดลในวังสวนสุนันทาของนักท่องเที่ยวชาวไทยและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ: รายงานวิจัยประจำปี พ.ศ. 2555 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- ศุทธิกานต์ คงคล้าย และ ธัญเทพ ยะติวัฒน์. 2559. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดภูเก็ต. **วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์**, 11(ฉบับพิเศษ), 19-32.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว TATIC. 2563. **รายงานประจำปี 2563**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สงกรานต์ ฤกษ์แก้ว. 2552. การพัฒนาศักยภาพโฮมสเตย์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบ้านต้นเกลือ อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์**,

4(8), 77-85.

สถานเอกอัครราชทูต ณ เฮลซิงกิ. 2562. **การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis).**

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <https://helsinki.thaiembassy.org/th/page/65202>

การวิเคราะห์-swot--(swot-analysis)?menu=5f28fef3d3a8ab75420d47d3

(2 มีนาคม 2566).

สมพงษ์ เกษมสิน. 2514. **การบริหาร.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไพบูลย์สารานุกรม.

สรีตา ศรีสุวรรณ และ บงกช เดชมิตร. 2562. แนวทางการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้คงเสน่ห์ และ

แตกต่างอย่างมีอัตลักษณ์ เพื่อตอบโจทย์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. **วารสารการจัดการ**

มหาวิทยาลัยบูรพา, 8(1), 1-13.

สรีวรรณ เจริญศักดิ์. 2561. **แผนธุรกิจโฮมสเตย์บ้านสวน.** การค้นคว้าอิสระปริญญาโท.

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2563. COV ID-19 กับผลกระทบต่อการท่องเที่ยว

ไทย สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยไตรมาส 1-2563. **Tourism Economic**

Review รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว, 1(4).

สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. 2559. **รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการทิศทางการพัฒนา**

ท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะ 10 ปี. กรุงเทพฯ: สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดย บริษัท เอฟพีเอ็นดี จำกัด.

สุดาวลัย จิรวัดนาภิตติ. 2552. **การศึกษากระบวนการดำเนินการจัดการบริการที่พักแรมแบบโฮมส**

เตย์ไทย กรณีศึกษา อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท.

มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุพิณ เกชาคุปต์. 2544. **พฤติกรรมองค์การความรู้เบื้องต้นในการบริหารทรัพยากรมนุษย์.**

กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). 2562. **รายงาน**

ประจำปี. กรุงเทพฯ: บริษัท ซีโน พับบลิชซิ่ง จำกัด.

อาทิมา วงษ์สีมานันต์ และ ชมภูษ หุ่นนาค. 2563. การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนควบคู่กับ

ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. **วารสารนวัตกรรมการบริหาร**

และการจัดการ, 8(3), 40-55.

Campbell, R. F., Bridges, E. M., Corbally, J. E., Nystrand, R. O. & Ramseye, J. A. 1997.

Introduction to Educational Administration. Boston: Allyn and Bacon.

Chapman, E. N. 1995. **Supervisor Survival Kit.** 2nd ed. California: Science Research

Associates Inc.

- GowithAmp. 2560. **หมู่บ้านแม่กำปอง**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา https://www.huaykaewchiangmai.go.th/web/travel_list.php. (8 มีนาคม 2565).
- Gulick, L. H. & Urwick, L. F. 1973. **Papers on the Science of Administration**. New York: Institute of Public Administration.
- Hellriegel, D. 1982. **Management**. 4th ed. New Jersey: Addison Wesley Publishing Company.
- Ouchi, W. G. & Wilkins, A. L. 1985. Organizational Culture. **Ann. Rev. Social**, 11, 457-483.
- Simon, H. A. 1976. **Administrative Behavior-A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization**. 3rd ed. New York: Macmillian Publishing Co. Inc.
- Simon, H. A., Thompson, V. A. & Smithburg, D. W. 1991. **Public Administration**. New York: Routledge.
- World Tourism Organization (UNWTO). 2019. International Tourism Arrivals Worldwide Reach 1.4 Billion Two Years Ahead of Forecasts. **UNWTO World Tourism Barometer**, 17(1), 1-14.
- Yoder, D. 1956. **Personnel Principles and Policies: Modern Manpower Management (Industrial relations and Personnel Series)**. Englewood: Bailey & Swinfen.



ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย
เรื่อง กลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19
กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) ศึกษาการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งออกแบบสัมภาษณ์ ออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ประเด็นสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 ประเด็นสัมภาษณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านตอบคำถามตามความเป็นจริง ทุกคำตอบของท่านจะเก็บไว้เป็นความลับและจะไม่มีผลกระทบหรือความเสียหายต่อการปฏิบัติงานของท่าน แต่จะเป็นประโยชน์ต่อการจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ ต่อไป

จึงขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้เป็นอย่างสูง

นางสาวณัฐชา ธนาภรณ์
นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์: นาย/นาง/นางสาว.....

ตำแหน่ง :

สัมภาษณ์ วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ตอนที่ 2 ประเด็นสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่

1. ปัจจัยภายใน

1.1 การเงินของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

1.2 การตลาดของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

1.3 การจัดการของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

1.4 การบริหารงานบุคคลของธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

2. ปัจจัยภายนอก

2.1 กฎหมายและนโยบายของภาครัฐมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

2.2 เศรษฐกิจมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

2.3 สังคมและวัฒนธรรมมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

2.4 เทคโนโลยีที่มีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

2.5 นักท่องเที่ยวมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

2.6 คู่แข่งขันมีผลต่อธุรกิจโฮมสเตย์ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ของหมู่บ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่เป็นอย่างไร

ตอนที่ 3 ประเด็นสัมภาษณ์เกี่ยวกับกลยุทธ์การจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่กา ปอง จังหวัดเชียงใหม่

1. ท่านมีกลยุทธ์การจัดการด้านการวางแผนธุรกิจโฮมสเตย์ของหมู่บ้านแม่กาปอง จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 อย่างไร
2. ท่านมีกลยุทธ์การจัดการด้านการจัดการองค์กรธุรกิจโฮมสเตย์ของหมู่บ้านแม่กาปอง จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 อย่างไร
3. ท่านมีมีกลยุทธ์การจัดการด้านการจัดคนเข้าทำงานในธุรกิจโฮมสเตย์ของหมู่บ้านแม่กาปอง จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 อย่างไร
4. ท่านมีมีกลยุทธ์การจัดการด้านการอำนวยความสะดวกในธุรกิจโฮมสเตย์ของหมู่บ้านแม่กาปอง จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 อย่างไร
5. ท่านมีมีกลยุทธ์การจัดการด้านการควบคุมในธุรกิจโฮมสเตย์ของหมู่บ้านแม่กาปอง จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้สถานการณ์โควิด19 อย่างไร

ขอบคุณในความอนุเคราะห์อย่างสูง



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวณัฐชา ธนาภรณ์
เกิดเมื่อ 5 มิถุนายน 2539
ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2562 ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต (พัฒนาการท่องเที่ยว)
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ - แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

