

แนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี  
จังหวัดชลบุรี

Marketing Development Guidelines for Homestay in Ang Sila Subdistrict,  
Mueang Chonburi District, Chonburi Province

ธีรวัฒน์ เพ็ญสุขสันต์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: S67563828027@ssru.ac.th

วีระ วีระโสภณ

สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: weera.we@ssru.ac.th

บัว ศรีคช

สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: bua.sr@ssru.ac.th

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนในการปฏิบัติตามแนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากการสังเกตพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับที่พักโฮมสเตย์ โดยมีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คนโดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพรวบรวมประเด็นข้อมูลที่ค้นพบวิเคราะห์สรุปผลตอบขอบเขตของเนื้อหาหาข้อสรุปและนำเสนอในรูปแบบการบรรยาย จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาการตลาดของที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา คือ การสร้างความแตกต่างในตัวผลิตภัณฑ์ การนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่น การออกแบบประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ การใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการได้รับความรู้ของการใช้โซเชียลในการนำเสนอที่พักโฮมสเตย์ให้เป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ยังพบว่า การสร้างเครือข่ายพันธมิตรในพื้นที่ และการพัฒนาคุณภาพการบริการช่วยเสริมสร้างความน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะจากการวิจัยคือการนำกลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสานมาประยุกต์ใช้ โดยเน้นการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการพัฒนาความร่วมมือกับชุมชน เพื่อให้ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา มีความยั่งยืนและแข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**คำสำคัญ:** การตลาด, โฮมสเตย์ ,ตำบลอ่างศิลา

## Abstract

This research aimed to study the marketing development guidelines for homestay in Ang Sila Subdistrict, Mueang Chonburi District, Chonburi Province. It was a qualitative research. The researcher studied documents and related research and interviewed those involved in implementing the marketing development guidelines for homestay in Ang Sila Subdistrict, Mueang Chonburi District, Chonburi Province. The in-depth interviews were conducted from observations of areas related to homestay accommodation. There were 30 samples using a semi-structured interview form. Content analysis was used using qualitative data analysis techniques to collect the found data points, analyze, summarize the results, and examine the scope of the content. The conclusions were drawn and presented in a narrative format. The results of the study found that the important factors affecting the marketing development of homestay in Ang Sila Subdistrict are creating product differences, such as presenting local culture, designing unique experiences, using online media for public relations, and gaining knowledge of using social media to present homestay to be known. In addition, it was found that building a network of local partners and developing service quality helped to increase the attractiveness of tourists. The research recommendations are to apply a mixed marketing strategy, focusing on communication that reaches the target group and developing cooperation with the community, so that the homestay business in Ang Sila Subdistrict is sustainable and can compete effectively in the market.

**Keywords:** Marketing, Homestay, Ang Sila Subdistrict

## บทนำ

อุตสาหกรรมโฮมสเตย์ได้กลายเป็นรูปแบบการพักอาศัยเพื่อการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคที่เสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ธรรมชาติ และชุมชน ในประเทศไทย โฮมสเตย์ช่วยให้ผู้เดินทางได้มีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดกับวิถีชีวิต ประเพณี และภูมิทัศน์ธรรมชาติของคนในท้องถิ่น สร้างประสบการณ์การเดินทางที่แท้จริง ซึ่งโฮมสเตย์เป็นประเภทหนึ่งที่เชื่อมโยงกับตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างใกล้ชิดที่สุด เรียกว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ซึ่งนิยามว่าเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม และได้รับการจัดการและเป็นเจ้าของโดยชุมชน เพื่อ

ชุมชน โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมได้ตระหนักรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับชุมชนและวิถีชีวิตท้องถิ่นมากขึ้น (Suansri, 2003, หน้า 14)

ตำบลอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี เป็นจุดหมายปลายทางที่เต็มไปด้วยเสน่ห์ของวิถีชีวิตชุมชนริมทะเลและความงดงามของธรรมชาติ ที่มีตลาดเก่าอ่างศิลา ซึ่งเป็นแหล่งรวมอาหารทะเลสดและของฝากพื้นบ้านที่มีชื่อเสียง เช่น ครกหินที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ นักท่องเที่ยวยังสามารถเดินเล่นชมวิวดูทะเลที่สะพานปลาอ่างศิลา ซึ่งเป็นสถานที่พักผ่อนและแหล่งประมงท้องถิ่นที่มีชีวิตชีวา สำหรับผู้ที่สนใจด้านวัฒนธรรม สามารถแวะชมวัดอ่างศิลา ซึ่งมีสถาปัตยกรรมที่งดงามและสงบเงียบ นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตชาวประมง เช่น การจับปลาและการทำอาหารพื้นบ้าน ทำให้อ่างศิลาเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนและสัมผัสวิถีชีวิตดั้งเดิมอย่างแท้จริง (ตำบลอ่างศิลา) (Amazing Thailand, 2022) ธุรกิจโฮมสเตย์ในพื้นที่ตำบลอ่างศิลาในปัจจุบันเกิดปัญหาการขาดแคลนช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว อาจทำให้โฮมสเตย์ไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก การโปรโมทในพื้นที่ที่ไม่เหมาะสมหรือไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอาจเป็นปัญหาที่ทำให้ธุรกิจไม่เติบโตด้วยเหตุนี้ การพัฒนาแนวทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับโฮมสเตย์จึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและส่งเสริมความยั่งยืนของธุรกิจ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา ให้เกิดประโยชน์สูงสุดให้กับผู้ที่สนใจและสามารถนำข้อมูลนี้ไปพัฒนาที่พักโฮมสเตย์ และการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างต่อเนื่อง

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อแนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

## ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ใช้บริการที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ทั้งหมดจำนวน 30 คน เนื่องจากเป็นผู้ที่ได้รับประสบการณ์โดยตรงในการบริการของโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ในเขตอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี

## 2. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบกึ่งโครงสร้าง โดยมีหัวข้อคือ 1) ด้านทำความเข้าใจ 2) ด้านจุดแข็งและจุดอ่อนของการวิเคราะห์การตลาดในปัจจุบัน 3) ด้านความสำคัญของการตลาดดิจิทัลและ

โซเซียลมีเดีย 4) ด้านความร่วมมือและการทำงานร่วมกัน 5) ด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์  
6) ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรตาม ได้แก่ แนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย การเก็บข้อมูลอยู่ในระหว่างเดือน ตุลาคม 2567 ถึง เดือน ธันวาคม 2567

### วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้จัดขึ้นในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสำรวจความท้าทายและโอกาสทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

**ประชากร (Population)** คือ ผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวและโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

**การสุ่มตัวอย่าง (Sampling Procedures)** เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์เลือกแบบเจาะจง จำนวน 10 คน เพื่อเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริการและการพัฒนาโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเลือกแบบเจาะจง จำนวน 10 คน เพื่อเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการบริการและการพัฒนาโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือก ที่ใช้บริการที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี แบบเจาะจง จำนวน 10 คน เพื่อศึกษาข้อมูลเพื่อพัฒนาธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้พัฒนารวดเร็วขึ้น

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบกึ่งโครงสร้าง กับผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการโฮมสเตย์ ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี การสัมภาษณ์มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปิดเผยมุมมองของผู้เข้าร่วมเกี่ยวกับแนวทางการตลาดปัจจุบัน ความท้าทาย และด้านที่อาจต้องปรับปรุง คู่มือการสัมภาษณ์ประกอบด้วยคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับหัวข้อ เช่น การระบุกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์การตลาดดิจิทัล กิจกรรมส่งเสริมการขาย และจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์ การสัมภาษณ์จัดขึ้นแบบพบหน้ากันหรือผ่านวิดีโอคอลออนไลน์ ขึ้นอยู่กับความพร้อมและความสะดวกของผู้เข้าร่วม โดยใช้เวลาประมาณ 45 ถึง 60 นาที มีการสุ่มตัวอย่างและผู้เข้าร่วม มีการใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดประสงค์เพื่อคัดเลือกผู้เข้าร่วมที่สามารถ ให้ข้อมูลเชิงลึกอันมีค่าที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ได้รับการคัดเลือกตามประสบการณ์ในอุตสาหกรรมและความเต็มใจที่จะมีส่วนร่วมในการอภิปรายเกี่ยวกับความท้าทายทางการตลาด สำหรับกลุ่มเป้าหมาย ผู้เข้าร่วมจะถูก

เลือกโดยพิจารณาจากประสบการณ์ก่อนหน้าหรือความสนใจในที่พักแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทย กลยุทธ์การ  
สู่ตัวอย่างนี้ทำให้สามารถมองเห็นมุมมองต่าง ๆ ได้หลากหลาย รวมถึงมุมมองของผู้ประกอบการใน  
อุตสาหกรรมและผู้บริโภคข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์และการสังเกตจะถูกวิเคราะห์โดยใช้ การวิเคราะห์  
เชิงหัวข้อ ซึ่งเป็นวิธีเชิงคุณภาพในการระบุ วิเคราะห์ และรายงานรูปแบบภายในข้อมูล ขั้นตอนต่อไปนี้  
ดำเนินการเพื่อดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้รับจากสารหนังสือ บทความ สื่อสารสนเทศ  
ตลอดจนถึงเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องโดยการศึกษาเอกสาร

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ข้อมูลที่ได้จาก การสัมภาษณ์และจดบันทึกเก็บรวบรวมจาก  
แหล่งข้อมูลโดยตรง ทั้งนี้เมื่อสร้างแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้เก็บข้อมูลและ ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยทำ  
หนังสือขอความร่วมมือไปยังผู้ให้ข้อมูล เพื่อทำการสัมภาษณ์ โดยกำหนดเวลาและสถานที่ เพื่อทำการ  
สัมภาษณ์ รวบรวมข้อมูลจากการจดบันทึกและขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ และตรวจสอบ  
ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล มีการแจ้งข้อมูลให้ผู้ให้ข้อมูลมีความผ่อนคลายและศึกษาข้อมูลผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยจะใช้ข้อมูลทั้งเอกสารและการสัมภาษณ์ โดยตรวจสอบความเหมาะสมถูกต้อง มาเรียบเรียงแล้ว  
วิเคราะห์ โดยการวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอแบบพรรณนาความ

### ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี  
จังหวัดชลบุรี พบว่า ดังนี้

ด้านทำความเข้าใจ พบว่า ความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวคิดโฮมสเตย์  
นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และนักการตลาดเปิดเผยว่าผู้มาเยือนในตำบลอ่างศิลา อำเภอ  
เมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มักสนใจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและหาประสบการณ์ท้องถิ่นที่แท้จริง  
นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ แสดงความชื่นชอบโฮมสเตย์ที่มีปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม เช่น การทำอาหารในชุมชน  
การทำอาชีพในชุมชน และทัวร์นำเที่ยวโดยคนในท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวในประเทศมักให้  
ความสำคัญกับการเข้าพักที่คุ้มค่าและสะดวกสบายมากกว่าผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในท้องถิ่นรายหนึ่งกล่าวว่า  
“นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาที่นี่เพราะพวกเขาอยากสัมผัสชีวิตชาวไทยในหมู่บ้านอย่างแท้จริง พวกเขาสนุกกับ  
กิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชน” ซึ่งบ่งชี้ถึงความต้องการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่สูงและแสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์  
การตลาดควรเน้นย้ำถึงความแท้จริงทางวัฒนธรรมและประสบการณ์ท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใคร

ด้านจุดแข็งและจุดอ่อนของการวิเคราะห์การตลาดในปัจจุบันโดยสอดคล้องกับกระบวนการพัฒนา  
ด้วยการวิเคราะห์ SWOT analysis พบว่า จุดแข็ง (Strengths) 1) มีบรรยากาศที่ดี ธรรมชาติสวยงาม

2) ชุมชนมีวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของตนเองที่เป็นเอกลักษณ์ 3) สถานที่พักมีราคาที่เหมาะสมและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อนรู้สึกคุ้มค่ากับการที่เดินทางมา จุดอ่อน (weakness) 1) มีที่พักหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้เลือกพัก ซึ่งทำให้มีคู่แข่งจำนวนมาก 2) นักท่องเที่ยวบางกลุ่มไม่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวในตำบลอ่างศิลา จังหวัดชลบุรี โอกาส (chance) 1) การพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ได้มากยิ่งขึ้น 2) การทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาพักได้รับประสบการณ์การพักผ่อนแบบท้องถิ่น เช่น การออกเรือประมง การทดลองทำอาหารทะเลสด เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาพักได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น อุปสรรค (obstacle) 1) ข้อจำกัดด้านกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับ ต้องขออนุญาตให้ถูกกฎหมายทุกเรื่องเกี่ยวกับการสร้างที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว 2) ความพร้อมของชุมชนชาวบ้านอาจไม่คุ้นเคยกับการต้อนรับนักท่องเที่ยวจนไม่สามารถปรับตัวได้ทัน 3) ทักษะทางด้านภาษา หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ได้มากภาษาก็มีส่วนสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มชาวต่างชาติได้อีกด้วย

ด้านความสำคัญของการตลาดดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และนักการตลาด แนะนำว่าโฮมสเตย์ควรโพสต์เนื้อหาที่ดึงดูดสายตาและมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามเป็นประจำ การเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตในท้องถิ่นสามารถช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มองหาอะไรมากกว่าแค่ที่พัก

ด้านความร่วมมือและการทำงานร่วมกัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และนักการตลาด เสนอแนะความร่วมมือกับบริษัททัวร์ในท้องถิ่น ผู้มีอิทธิพลทางวัฒนธรรมและองค์กรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การร่วมมือกับหน่วยงานเหล่านี้สามารถเพิ่มการมองเห็นและความน่าเชื่อถือให้กับโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรีได้ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถดึงดูดผู้ชมกลุ่มใหม่ที่สนใจประสบการณ์ที่แท้จริงและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ ข้อมูลเชิงลึกนี้เน้นย้ำถึงศักยภาพของโฮมสเตย์ในการขยายการเข้าถึงโดยร่วมมือกับบุคคลและองค์กรที่สอดคล้องกับค่านิยมทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม การร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่น เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และเพิ่มโอกาสทางการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และนักการตลาด ให้ความเห็นในการสร้างแคมเปญประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การเสนอแพ็คเกจพิเศษ เช่น ส่วนลดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมเสริม เช่น ทริบตกปลา หรือทัวร์ท้องถิ่น

ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และนักการตลาด เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อทั้งเจ้าของโฮมสเตย์และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวต่าง เน้นย้ำถึงความสำคัญของแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การตลาดที่ต้องเน้นในด้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดขยะ การทำเกษตรอินทรีย์ และการสนับสนุนช่างฝีมือท้องถิ่น ถือเป็นวิธีดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

## อภิปรายผล

ผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี” ได้ดังนี้ การเสริมสร้างคุณค่าของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า ด้านทำความเข้าใจ พบว่า ความต้องการและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับแนวคิดที่พักโฮมสเตย์ ผู้มาเยือนในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มักสนใจการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และหาประสบการณ์ท้องถิ่นที่แท้จริง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ แสดงความชื่นชอบโฮมสเตย์ที่มีปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม เช่น การทำอาหารในชุมชน การทำอาชีพในชุมชน และทัวร์นำเที่ยวโดยคนในท้องถิ่น บ่งชี้ถึงความต้องการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่สูงและแสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์การตลาดควรเน้นย้ำถึงความแท้จริงทางวัฒนธรรมและประสบการณ์ท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใคร ด้านจุดแข็งและจุดอ่อนของการวิเคราะห์การตลาดในปัจจุบันโดยสอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาด้วยการวิเคราะห์ SWOT analysis พบว่า จุดแข็งของตำบลอ่างศิลา ได้แก่ บรรยากาศธรรมชาติสวยงาม วัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ และราคาที่พักเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว จุดอ่อนคือการแข่งขันที่พักหลายรูปแบบและบางกลุ่มไม่ชอบสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ โอกาสคือการพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการให้ประสบการณ์ท้องถิ่น เช่น การออกเรือประมง อุปสรรคได้แก่ข้อจำกัดด้านกฎหมาย ความพร้อมของชุมชนในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และทักษะภาษาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านความสำคัญของการตลาดดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย พบว่า โฮมสเตย์ควรโพสต์เนื้อหาที่ดึงดูดสายตาและมีส่วนร่วมกับผู้ติดตามเป็นประจำ การเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตในท้องถิ่นสามารถช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มองหาอะไรมากกว่าแค่ที่พัก ด้านความร่วมมือและการทำงานร่วมกัน พบว่า ผู้เข้าร่วมจำนวนมากเสนอแนะความร่วมมือกับบริษัททัวร์ในท้องถิ่น ผู้มีอิทธิพลทางวัฒนธรรมและองค์กรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การร่วมมือกับหน่วยงานเหล่านี้สามารถเพิ่มการมองเห็นและความน่าเชื่อถือให้กับโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี การร่วมมือกับธุรกิจท้องถิ่น เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และเพิ่มโอกาสทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ พบว่า การสร้างแคมเปญประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การเสนอแพ็คเกจพิเศษ ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม พบว่า เน้นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อทั้งเจ้าของโฮมสเตย์และนักท่องเที่ยว รวมไปถึงภาครัฐภาคเอกชน เน้นย้ำถึงความสำคัญของแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การตลาดที่ต้องเน้นในด้านที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

## ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยที่ได้รับในครั้งนี้ควรนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์โดยส่งมอบให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาการตลาดสำหรับที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรีและการนำกลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสานมาประยุกต์ใช้ โดยเน้นการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การพัฒนาความร่วมมือกับชุมชน เพื่อให้ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ในตำบลอ่างศิลา มีความยั่งยืนและ

แข่งขันในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีการเสนอแนวทางการฝึกอบรมด้านการตลาดดิจิทัล สำหรับ  
เจ้าของโฮมสเตย์

### เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในประเทศไทย. *แผนยุทธศาสตร์*, 1(1).  
เจษฎารัตน์ และทิพย์รัตน์. (2563). ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ตราสินค้าสีเขียว คุณภาพการบริการ และ  
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ กรณีศึกษา: ชุมชนบางตะบูน  
เพชรบุรี ประเทศไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์วิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 40(3),  
95 – 119.
- เทศบาลเมืองอ่างศิลา. (2566). ข้อมูลวัฒนธรรมแหล่งท่องเที่ยว (Online). <https://www.angsilacity.go.th/>  
สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทยประจำปี 2563-2564. (Online).  
<https://www.nso.go.th/>
- Chan, M., & Lim, L. (2017). "The role of digital marketing in the tourism industry."  
*International Journal of Tourism*, 8(2), 44 - 56.
- Pine II, B.J. and Gilmore, J.H. (1999). *The Experience Economy*. Harvard Business School Press,  
Boston.
- Wong, M., & Tsai, C. (2020). "Community-based tourism and homestay: A comprehensive  
review." *Tourism Management Perspectives*, 35, 100660.
- Zainal, R., & Yahya, S. (2019). "Sustainability in ecotourism: A case study of homestays in  
Malaysia." *Asian Journal of Tourism and Hospitality*, 10(1), 67 - 81.