

การยกระดับผู้ประกอบการโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย: กรณีศึกษาเกาะแรต จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ENHANCING HOMESTAY ENTREPRENEURS TOWARD THAI HOMESTAY STANDARDS: A CASE STUDY OF KOH RAET, SURAT THANI PROVINCE

สิริภัทร โชติช่วง¹ นงครัตน์ แสนสมพร² จิรายุทธ จันทนพันธ์³ ชมพูนุท ดั่งจันทน์^{4*} และ สุภาภรณ์ ชัยอารยะเลิศ⁵
Siripat Chodchuang¹ Nongrat Sansompron² Jirayuth Chantanaphant³ Chompunoot Duangjan^{4*} and
Supaporn Chai-Arayalert⁵

^{1,2,3,4}สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี อ.เมือง
จ.สุราษฎร์ธานี 84000 ประเทศไทย

^{1,2,3,4}Department of Business Management, Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla
University, Surat Thani Campus, Mueang, Surat Thani, 84000, Thailand

⁵สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี
อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000 ประเทศไทย

⁵Department of Information Technology, Faculty of Science and Industrial Technology, Prince of Songkla University,
Surat Thani Campus, Mueang, Surat Thani, 84000, Thailand

**Corresponding Author, E-mail: chompunoot.d@psu.ac.th*

Received: Oct 28, 2024

Revised: Oct 6, 2025

Accepted: Nov 15, 2025

Available: Dec 24, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับผู้ประกอบการโฮมสเตย์บนเกาะแรต จังหวัดสุราษฎร์ธานี
ให้เข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และประยุกต์ใช้แผนผัง

โมเดลธุรกิจ พื้นที่ศึกษาคือเกาะแรต อำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นชุมชนประมงที่มีประชากรส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน มีวัฒนธรรมเฉพาะและทรัพยากรท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงาม ใช้วิธีการสนทนากลุ่มและแบบสำรวจในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการยกระดับผู้ประกอบการดังกล่าวช่วยให้ผู้ประกอบการมีแนวทางเตรียมความพร้อมเพื่อขอรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พัฒนาคุณภาพการให้บริการตามมาตรฐาน และเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว การประยุกต์ใช้เครื่องมือทางธุรกิจช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจภาพรวมของธุรกิจและวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย การยกระดับ การท่องเที่ยวชุมชน แผนผังโมเดลธุรกิจ

Abstract

This research aims to upgrade homestay operators on Koh Raet, Surat Thani Province, to meet Thai Homestay Standards through Participatory Action Research (PAR) and the application of the Business Model Canvas. The study area is Koh Raet, Don Sak District, Surat Thani Province, a fishing community predominantly inhabited by Thai-Chinese residents with distinctive cultural heritage and beautiful marine tourism resources. Data were collected through focus group discussions and surveys. The research findings reveal that the upgrading process enabled operators to develop guidelines for preparing to obtain Thai Homestay Standard certification, enhance service quality according to the standards, and increase tourist satisfaction. The application of business tools helped operators gain a comprehensive understanding of their business operations and effectively plan strategic initiatives.

Keywords: homestay entrepreneurs, Thai homestay standard, enhancement, community-based tourism, business model canvas

บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันมีโฮมสเตย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจำนวน 76 แห่ง 402 หลัง และที่พักประเภทที่พักนักเดินทาง (Home Lodge) จำนวน 571 แห่ง (กรมการท่องเที่ยว, 2566) เนื่องจากเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิต วัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ของชุมชนอย่างใกล้ชิด (ปริญญานาคปทุม และคณะ, 2565) อย่างไรก็ตาม การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจโฮมสเตย์ก่อให้เกิดความท้าทายหลายประการ เช่น ปัญหาด้านคุณภาพการบริการ การแสวงหาผลประโยชน์ที่ไม่เหมาะสม และผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น (บุญทัน ดอกไธสง และปิยะนันต์ จันทรแซก หล้า, 2559) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการในชุมชนยังประสบปัญหาการขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ และแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน (โนร์อัสมัส เจ๊ะมามะ และจุมพต สายสุนทร, 2564) เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) ได้จัดทำมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) ส่งเสริมการสร้างงานและรายได้ในชุมชนผ่านการจัดทำโฮมสเตย์ 2) พัฒนาโฮมสเตย์ให้มีมาตรฐานและสามารถเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน และ 3) ส่งเสริมการพัฒนาโฮมสเตย์ให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่คำนึงถึงความยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของชุมชน

ชุมชนบ้านเกาะแรต จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นตัวอย่างของชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ด้วยทำเลที่ตั้งที่เข้าถึงได้สะดวก ทิวทัศน์ที่สวยงาม และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ปัจจุบันมีโฮมสเตย์ 9 แห่งที่ได้รับมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากการท่องเที่ยว (SHA) และมาตรฐานที่พักนักเดินทาง (Home Lodge) อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจเบื้องต้นและการทบทวนเอกสาร พบว่าชุมชนยังคงเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาธุรกิจโฮมสเตย์อย่างยั่งยืน แม้จะมีการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน แต่กลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหารยังคงประสบปัญหาในด้านการบริหารจัดการและความยั่งยืนทางธุรกิจ สามารถแบ่งได้ 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. ปัญหาการจัดการและความไม่เป็นเอกภาพ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหารยังคงดำเนินงานแยกกัน ทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อแย่งลูกค้า ภาพลักษณ์ที่ไม่สอดคล้องกัน และราคาบริการที่ไม่เท่าเทียม ซึ่งสร้างความสับสนให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและ

การบริหารพื้นที่ส่วนรวม เช่น ที่จอดรถและการจัดการขยะ ยังไม่มีระบบที่เป็นมาตรฐาน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญทัน ดอกไธสง และปิยะนันต์ จันทรแหกเกล้า (2559)

2. ปัญหาการกระจายรายได้ไม่ทั่วถึง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเฉพาะกับที่พักและอาหาร ซึ่งส่งผลให้รายได้ไม่กระจายไปยังกลุ่มอื่น ๆ ภายในชุมชน เช่น กลุ่มธุรกิจส่งเสริมการท่องเที่ยว (ชาเล้งรับจ้าง กลุ่มเรือประมงนำเที่ยว) และกลุ่มผู้ผลิตอาหารทะเลแปรรูป ดังนั้น ควรมีการวางแผนกิจกรรมท่องเที่ยวเสริมเพื่อกระจายรายได้ให้ทั่วถึง

3. การขาดความรู้ด้านการจัดการธุรกิจและมาตรฐานโฮมสเตย์ (โนร้อสมัส เจ๊ะมามะ และ จุมพิต สายสุนทร, 2564) ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ในการวางแผนธุรกิจและการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน โดยส่วนใหญ่พึ่งพารายได้จากวันหยุดเท่านั้น การสร้างกลยุทธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวในวันธรรมดาคะช่วยเพิ่มรายได้อย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ การยกระดับมาตรฐานโฮมสเตย์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดี

การพัฒนาโฮมสเตย์ให้เป็นไปตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวชุมชน (กรมการท่องเที่ยว, 2558) อีกทั้งยังเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพการให้บริการและการกระจายรายได้ในชุมชนอย่างเป็นธรรม

การศึกษานี้มุ่งเน้นเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ศักยภาพ และแนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ซึ่งวัตถุประสงค์หลักคือการยกระดับผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในชุมชนบ้านเกาะแรด โดยใช้แผนผังโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ผลที่คาดว่าจะได้รับการศึกษานี้ คือ แนวทางในการเตรียมความพร้อมของกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อนำไปสู่การขอมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในอนาคต การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานการให้บริการตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และการเพิ่มความเข้าใจในการใช้เครื่องมือทางธุรกิจเพื่อวางแผนการดำเนินงานของโฮมสเตย์อย่างมีประสิทธิภาพ การศึกษานี้จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่ยั่งยืน สร้างรายได้ และรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านเกาะแรดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการยกระดับผู้ประกอบการโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยโดยใช้แผนผังโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

การทบทวนวรรณกรรม

มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ชุมชนบ้านเกาะแตรมีบ้านที่อยู่ในชุมชนที่มีประชาชนในชุมชนเป็นเจ้าของ และเจ้าของบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวอาศัยอยู่ประจำหรือใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในบ้านดังกล่าว โดยบ้านดังกล่าวที่จะทำธุรกิจด้านที่พักประเภทโฮมสเตย์ต้องมีความพร้อมเรื่องเกณฑ์คุณสมบัติโฮมสเตย์เบื้องต้น (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ดังนี้

1. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริม นอกเหนือจากรายได้หลักของครอบครัว
2. ห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้ไม่เกิน 4 ห้อง หรือนักท่องเที่ยวพักได้ไม่เกิน 20 ราย ต่อหลัง
3. นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในบ้านเดียวกันกับเจ้าของบ้าน โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน
4. สมาชิกในครอบครัวต้องมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักค้างแรมในบ้าน ชายคาเดียวกันกับเจ้าของบ้าน พร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นนั้นแก่นักท่องเที่ยว
5. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี
6. บ้านดังกล่าวต้องเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น
7. จำนวนหลังคาเรือนของสมาชิกกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์โฮมสเตย์มีอย่างน้อย 3 หลังคาเรือนขึ้นไป
8. บ้านที่ขอรับการประเมินทุกหลังต้องมีเลขที่ ซึ่งออกให้โดยส่วนราชการ

9. ที่ตั้งของชุมชนหรือกลุ่มโฮมสเตย์ต้องไม่ตั้งอยู่ในพื้นที่อนุรักษ์ เช่น เขตอุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าและพันธุ์พืช หากตั้งอยู่จะต้องได้รับอนุญาตจากเจ้าของพื้นที่เป็นลายลักษณ์อักษรแล้ว
10. ดำเนินการจัดทำโฮมสเตย์ตามข้อกำหนดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของกรมการท่องเที่ยวมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 6 เดือน

เมื่อโฮมสเตย์และร้านอาหารมีความพร้อมตามเกณฑ์คุณสมบัติเบื้องต้นในการเป็นโฮมสเตย์แล้ว มาตรฐานสำคัญที่จะทำให้โฮมสเตย์ในเกาะแรดมีการบริหารจัดการที่ดี มีความน่าเชื่อถือในการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ และเป็นภาพลักษณ์ที่ดีในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ นั่นคือ “มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” หมายถึง โฮมสเตย์ที่จัดบริการอยู่ในระดับมาตรฐาน 10 ด้านประกอบด้วยด้านที่พัก อาหาร ความปลอดภัย อัยาศย์ไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก รายการนำเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ และการประชาสัมพันธ์ เกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 10 ด้าน 31 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. ด้านที่พัก ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด
 - 1.1 ลักษณะบ้านพักที่เป็นสัดส่วน
 - 1.2 ที่พักที่นอนสะอาดและสบาย
 - 1.3 ห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด
 - 1.4 มีมุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน
2. ด้านอาหาร ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด
 - 2.1 ชนิดของอาหารและวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร
 - 2.2 มีน้ำดื่มที่สะอาด
 - 2.3 ภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด
 - 2.4 ห้องครัวและอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวที่ถูกสุขลักษณะ
3. ด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด
 - 3.1 มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

- 3.2 มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย
4. ด้านอริยาไยไมตรีของเจ้าบ้านและสมาชิก ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด
 - 4.1 การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย
 - 4.2 การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้ในวิถีของชุมชน
5. ด้านรายการนำเที่ยว ประกอบด้วย 3 ตัวชี้วัด
 - 5.1 มีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน
 - 5.2 ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยว
 - 5.3 เจ้าของบ้านเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยว
6. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด
 - 6.1 มีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน หรือบริเวณใกล้เคียง
 - 6.2 มีการดูแลแหล่งท่องเที่ยว
 - 6.3 มีแผนงาน หรือมาตรการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว และลดภาวะโลกร้อน
 - 6.4 มีกิจกรรมในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และลดสภาวะโลกร้อน
7. ด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด
 - 7.1 การดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น
 - 7.2 การรักษาวิถีชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ
8. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด
 - 8.1 ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก ของฝาก หรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว
 - 8.2 มีผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
9. ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบ ด้วย 6 ตัวชี้วัด

- 9.1 มีการรวมกลุ่มของชาวบ้าน
 - 9.2 มีคณะกรรมการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์
 - 9.3 กฎกติกาการทำงานของคณะกรรมการ
 - 9.4 มีการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม
 - 9.5 ระบบการจองล่วงหน้า ลงทะเบียน และชำระเงินล่วงหน้า
 - 9.6 รายละเอียดค่าธรรมเนียมและบริการต่างๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน
10. ด้านการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด
 - 10.1 มีเอกสาร สิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน
 - 10.2 มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ผ่านการสนทนากลุ่ม โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการยกระดับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของชุมชนบ้านเกาะแรต และมีการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณทางด้านความพึงพอใจในการมาใช้บริการโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว ระยะเวลาการทำวิจัยช่วงเดือนพฤษภาคม - สิงหาคม พ.ศ. 2565

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในเกาะแรต จำนวน 9 ราย เป็นการสำรวจแบบเจาะจง (Purposive Sampling)
2. นักท่องเที่ยวที่พักโฮมสเตย์อย่างน้อย 1 คืน จำนวน 400 ราย เป็นการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling)
3. ผู้นำชุมชนและผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ราย เป็นการสำรวจแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ศักยภาพและกำหนดกลยุทธ์ธุรกิจ

การวิเคราะห์ศักยภาพความรู้ด้านเครื่องมือธุรกิจของผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหารในชุมชนบ้านเกาะแรต 9 ราย วิทยาการทางด้านการจัดการธุรกิจจำนวน 2 ราย นักวิจัยและผู้ช่วยวิจัยจำนวน 6 ราย ผ่านการสนทนากลุ่ม การจัดอบรมและสัมมนาเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับเครื่องมือทางธุรกิจ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ SWOT และแผนผังโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ศักยภาพและกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจได้

ขั้นตอนที่ 2 ประเมินความพร้อมตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์จำนวน 9 ราย ประเมินตนเองด้านมาตรฐานโฮมสเตย์ เพื่อทราบถึงศักยภาพและความสามารถตามเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยทั้ง 10 ด้าน 31 ประเด็น

ขั้นตอนที่ 3 วัดความพึงพอใจเพื่อยืนยันคุณภาพการให้บริการ

การสำรวจความพึงพอใจในการมาใช้บริการโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว โดยดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะแรตและพักค้างคืนที่โฮมสเตย์อย่างน้อย 1 คืน จำนวน 400 ราย เพื่อทราบถึงความพึงพอใจในการใช้บริการโฮมสเตย์ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 8 ด้าน

ขั้นตอนที่ 4 สร้างความรู้ความเข้าใจในมาตรฐาน

การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการทางด้านความรู้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับยกระดับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของชุมชนบ้านเกาะแรต โดยมีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์จำนวน 9 ราย และตัวแทนกรรมการหมู่บ้าน จำนวน 3 ท่าน

ขั้นตอนที่ 5 วางแผนการพัฒนาาร่วมกัน

การประชุมหารือในการวางแผนการพัฒนาและเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการในการเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย โดยมีผู้เข้าร่วมประกอบด้วยผู้ประกอบการโฮมสเตย์ชุมชนบ้านเกาะแรตจำนวน 9 ราย พร้อมด้วยผู้นำชุมชน จำนวน 3 ราย เพื่อทราบถึงแนวทางในการยกระดับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยของชุมชนบ้านเกาะแรต

การประเมินผลการพัฒนา

1. การประเมินตนเองของผู้ประกอบการตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยทั้ง 10 ด้าน 31 ประเด็น
2. การสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการโฮมสเตย์ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 8 ด้าน
3. การประเมินความเข้าใจและการประยุกต์ใช้เครื่องมือทางธุรกิจ (SWOT และ Business Model Canvas) ของผู้ประกอบการ
4. การติดตามแผนการดำเนินงานและข้อตกลงร่วมกันที่เกิดขึ้นจากกระบวนการมีส่วนร่วม

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาที่น่าสนใจตามกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ครอบคลุม 4 ประเด็นหลัก ได้แก่

1) ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและการพัฒนาเครื่องมือทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

1.1 กระบวนการที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับของชุมชนเป้าหมาย

จากสภาพปัญหาของผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหารไม่มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน อีกทั้งยังขาดความเข้าใจและความสามารถในการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นเพื่อให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหารในเกาะแรต จำนวน 9 ราย มีความรู้และความเข้าใจในการนำเครื่องมือทางธุรกิจมาใช้อย่างเหมาะสม

การดำเนินการผ่านการสนทนากลุ่มร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหารในเกาะแรต 9 ราย วิทยากรทางด้านการจัดการธุรกิจ 2 ราย นักวิจัยและผู้ช่วยวิจัย 6 ราย โดยนำผลจากการสนทนากลุ่มมาหาข้อสรุปจากการวิเคราะห์โฮมสเตย์ในภาพรวมของเกาะแรต โดยใช้เครื่องมือด้านธุรกิจทั้งสองเครื่องมือคือ การวิเคราะห์ SWOT และแผนผังโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

1.2 ผลการวิเคราะห์ SWOT

จากการนำเครื่องมือทางธุรกิจมาใช้ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคพบว่า

จุดเด่น (Strengths)

- ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ
- ห้องพักมีความสะอาด
- อาหารทะเลสดอร่อย
- มีการบริการที่ดีเป็นกันเอง
- โฮมสเตย์ทุกหลังติดทะเลทำให้สัมผัสกับบรรยากาศทะเลได้
- สามารถสัมผัสถึงวิถีชีวิตชุมชนได้

จุดอ่อน (Weaknesses)

- กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวมีน้อย
- มีปัญหาเรื่องขยะและสถานที่จอดรถ
- ขาดความชัดเจนของกฎระเบียบที่ใช้ร่วมกันของโฮมสเตย์ที่มีผลกระทบต่อชุมชน

อุปสรรค (Threats)

- ไม่มีชายหาดสำหรับเล่นน้ำทะเลหรือทำกิจกรรม
- การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ยังไม่ทั่วถึงทุกธุรกิจ

โอกาส (Opportunities)

- ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการประชาสัมพันธ์และกระตุ้นการท่องเที่ยว
- เกาะแรตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางมาได้สะดวกและสามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

1.3 ผลการวิเคราะห์แผนผังโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

ทั้งนี้ได้นำผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดองค์ประกอบสำคัญของทั้งหมด 9 ช่องของ Business Model Canvas เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้ครบทุกมิติมากขึ้น และช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถประเมินความเสี่ยงในการลงทุนได้ดีขึ้น เป็นการตอบโจทย์สำคัญของการทำธุรกิจได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดย

องค์ประกอบที่ 1 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer Segments) หากธุรกิจมีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจนจะเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ได้ชัดเจน โดยมีจำนวน 2 กลุ่มคือ กลุ่มวัยเกษียณหรือผู้สูงอายุ และกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนที่ต้องการทำกิจกรรมร่วมกัน

องค์ประกอบที่ 2 คุณค่าที่นำเสนอ (Value Propositions) เป็นการนำจุดแข็งของธุรกิจทั้งหมดมาปรับปรุงให้เป็นคุณค่าที่นำเสนอให้กับลูกค้า คือ ราคามีความคุ้มค่า อาหารทะเลสดอร่อย ห้องพักมีความสะอาด การบริการที่เป็นมิตรเป็นกันเอง และการได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตชุมชน

องค์ประกอบที่ 3 ช่องทางในการเข้าถึง (Channels) ซึ่งจากเดิมเป็นการบอกปากต่อปากและการติดต่อผ่านโทรศัพท์ โดยมีการเพิ่มช่องทางออนไลน์คือ Line และ Facebook เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น

องค์ประกอบที่ 4 การสร้างความสัมพันธ์ (Customer Relationships) เดิมไม่ได้มีการวางแผนในส่วนของการสร้างความสัมพันธ์ โดยมีการเริ่มต้นให้ทุกโฮมสเตย์มีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าจากการลงทะเบียนข้อมูลเบื้องต้น เพื่อนำมาวางแผนกำหนดกลยุทธ์ในการให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำหรือมีจำนวนคืนที่พักเพิ่มมากขึ้น หรือมาท่องเที่ยวในวันธรรมดา

องค์ประกอบที่ 5 รายได้ (Revenue Streams) ซึ่งเดิมรายได้หลักของกลุ่มผู้ประกอบการมีเพียงแค่ค่าห้องพักและค่าอาหารเท่านั้น จึงได้มีการวิเคราะห์เพิ่มในส่วนของการนำอาหารทะเลมาแปรรูปสำหรับขายให้กับนักท่องเที่ยวที่พักในโฮมสเตย์ อีกทั้งรายได้จากการแยกขยะที่ก่อให้เกิดรายได้

องค์ประกอบที่ 6 ทรัพยากรหลัก (Key Resources) ด้านกายภาพเช่น บ้านเรือน อาหารทะเล ทะเล ด้านทรัพยากรทางภูมิปัญญาเช่น วิถีชีวิตและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ ด้านการเงิน และด้านบุคลากร

องค์ประกอบที่ 7 กิจกรรมหลัก (Key Activities) การจัดเตรียมที่พัก โดยเน้นความสะอาดและปลอดภัย การจัดเตรียมอาหารทะเล โดยเน้นความสด สะอาด รังสรรค์เมนูพื้นบ้านสะท้อนความเป็นวิถีชีวิตชุมชน การให้การต้อนรับและบริการลูกค้าอย่างเป็นกันเอง การให้ความรู้และคำแนะนำของวิถีชีวิตชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเกาะแรต

องค์ประกอบที่ 8 พันธมิตรทางการค้า (Key Partnerships) ประกอบด้วย ชาวประมงเกาะแรตและใกล้เคียง เรือประมงนำเที่ยว รถรับจ้างซาเล้ง และชาวบ้านชุมชนเกาะแรต

องค์ประกอบที่ 9 ต้นทุนหรือรายจ่าย (Cost Structure) ประกอบด้วย ค่าดูแลบำรุงรักษาและทำความสะอาดที่พัก ค่าวัตถุดิบในการทำอาหารและเครื่องดื่ม ค่าสาธารณูปโภค ค่าที่จอดรถและค่ารถซาเล้งรับส่งนักท่องเที่ยว

2) ผลการประเมินความพร้อมตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

2.1 การประเมินตนเองของผู้ประกอบการ

ขั้นตอนนี้เป็นการประเมินตนเองสำหรับผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหาร โดยประเมินจากเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยทั้ง 10 ด้าน 31 ประเด็น ซึ่งจากผลการประเมินสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ร้อยละการประเมินตนเองตามกรอบดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ลำดับ	ดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	ร้อยละ
1	ด้านที่พัก	95.96
2	ด้านอาหาร	100.00
3	ด้านความปลอดภัย	83.35
4	ด้านอธยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน	77.80
5	ด้านรายการนำเที่ยว	80.02
6	ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	69.45
7	ด้านวัฒนธรรม	77.80
8	ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์	83.35
9	ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์	72.62
10	ด้านประชาสัมพันธ์	61.10

จากผลการประเมิน พบว่า ด้านที่มีคะแนนสูงสุดคือ ด้านอาหาร (100%) รองลงมาคือ ด้านที่พัก (95.96%) ซึ่งสะท้อนจุดแข็งหลักของโฮมสเตย์เกาะแรต ส่วนด้านที่ต้องพัฒนาปรับปรุงมากที่สุดคือ ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (72.62%) รองลงมาคือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (69.45%) และด้านประชาสัมพันธ์ (61.10%) ตามลำดับ

3) ผลการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

3.1 การสำรวจความพึงพอใจในการมาใช้บริการโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว

ในขั้นตอนนี้เป็นการสำรวจความพึงพอใจในการมาใช้บริการโฮมสเตย์ในเกาะแรต โดยดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกาะแรตและพักค้างคืนที่โฮมสเตย์อย่าง

น้อย 1 คีน จำนวน 400 ราย โดยเป็นการสำรวจความพึงพอใจในการมาใช้บริการตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยทั้งหมด 8 ด้าน ส่วนที่เหลืออีก 2 ด้านเป็นด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ซึ่งนักท่องเที่ยวไม่สามารถประเมินได้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในการเข้าใช้บริการด้านมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ลำดับ	ปัจจัยด้านมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	Mean	S.D.	การแปลผล
1	ด้านที่พัก	4.51	0.40	มากที่สุด
2	ด้านอาหาร	4.53	0.42	มากที่สุด
3	ด้านความปลอดภัย	4.06	0.66	มาก
4	ด้านอัธยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน	4.21	0.66	มาก
5	ด้านรายการนำเที่ยว	4.10	0.59	มาก
6	ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.12	0.54	มาก
7	ด้านวัฒนธรรม	4.15	0.59	มาก
8	ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์	4.05	0.76	มาก
ภาพรวม		4.22	0.43	มาก

ด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเกาะแรตในการรับรู้ประสบการณ์ในการใช้บริการที่พักตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยทั้ง 8 ด้าน โดยด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านที่พักและด้านอาหาร รองลงมาเป็นด้านอัธยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน และด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ผลการประเมินตนเองของผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหารตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยพบว่า ด้านที่ธุรกิจมีการดำเนินและปฏิบัติตามมาตรฐานมากที่สุด คือ ด้านที่พักและด้านอาหาร รองลงมาเป็นด้านอัธยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน และด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

4) แนวทางการพัฒนาและเตรียมความพร้อมที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วม

1.4 การสัมมนาความรู้ด้านมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

4.1.1 กระบวนการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ โดยมีเนื้อหาและสาระสำคัญดังนี้ 1) ความรู้ความเข้าใจในหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐาน 2) ความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานของที่พักในประเภทต่าง ๆ 3) ความรู้ด้านมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 4) ขั้นตอนการเตรียมเอกสารและการยื่นคำร้องในระบบ ณ ศาลาหมู่บ้านเกาะแรต อำเภอดอนสัก จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีผู้เข้าร่วมประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์จำนวน 9 ราย และตัวแทนกรรมการหมู่บ้านอีก จำนวน 3 ท่าน

4.1.2 ผลการประเมินและข้อเสนอแนะ

ผลจากการสัมมนาผู้ประกอบการกลุ่มโฮมสเตย์และร้านอาหารมีความรู้และความเข้าใจในมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น ทำให้สามารถประเมินภาพรวมของโฮมสเตย์เกาะแรตเบื้องต้นตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 10 ด้าน มี 3 ด้านที่ควรมีการพัฒนาปรับปรุง ได้แก่ 1) ด้านรายการนำเที่ยว 2) ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ และ 3) ด้านการประชาสัมพันธ์ โดยมีคำแนะนำในการพัฒนา ดังนี้

ด้านรายการนำเที่ยว

- ชุมชนควรจัดให้มีคัคเทศก์ท้องถิ่น มีไกด์นำเที่ยวโดยเด็กในชุมชน หรือเจ้าของโฮมสเตย์
- รายการนำเที่ยวด้านวิถีชีวิตชุมชนและวัฒนธรรมยังไม่มีเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน
- จัดทำข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวและความรู้ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นลายลักษณ์อักษรหรือเอกสารที่ชัดเจน เพื่อเป็นสื่อกลางของผู้รู้ในชุมชนหรือปราชญ์ชาวบ้านในการถ่ายทอดต่อไป
- ชุมชนควรประสานงานสถานศึกษาเพื่อจัดอบรมฝึกหัดไกด์เด็กตามกระบวนการและมีการจัดกิจกรรมไกด์เด็ก วันเสาร์-อาทิตย์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับเด็ก ๆ ในชุมชน อีกทั้งเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนเช่นกัน
- ต้องมีการจัดเก็บหลักฐานเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ด้านวัฒนธรรม

ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

- จัดตั้งคณะกรรมการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์จากการเลือกตั้ง และต้องมีการจดบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจน
- มีกฎ กติกา การทำงานของคณะกรรมการการจัดสรรเงินกองกลางไปยังชุมชน
- ควรมีการจัดประชุม มีวาระการประชุมชัดเจน และจัดทำสรุปเป็นหลักฐานการประชุม
- จัดทำระเบียบการเข้าพัก การกระจายนักท่องเที่ยว ราคาที่พัก ระบบการจองล่วงหน้า ลงทะเบียน และชำระเงินล่วงหน้าให้ชัดเจน
- จัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ในเรื่องการจอดรถ กฎ กติกาของชุมชนที่นักท่องเที่ยวต้องทราบ
- การบริหารจัดการด้านการจองที่พักแบบการรวมกลุ่ม

ด้านการประชาสัมพันธ์

- จัดทำแผนประชาสัมพันธ์ มีเอกสารเพื่อเป็นหลักฐานประกอบการประเมินและใช้งานจริง
- จัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ โบชัวร์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนไปยังกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน
- ควรมีการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สำหรับคำแนะนำสำหรับนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมมาท่องเที่ยวในเกาะแรตเป็นกลุ่มไหนมากที่สุด มีกิจกรรมอะไรที่รองรับหรือเหมาะสมเพื่อประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 การสัมมนาความรู้ด้านมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย
ที่มา : คณะผู้วิจัย

4.2 การประชุมหารือในการวางแผนการพัฒนาและเตรียมความพร้อม

4.2.1 กระบวนการประชุมหารือ

เป็นขั้นตอนที่ผู้ประกอบการโฮมสเตย์เกาะแรตจำนวน 9 ราย พร้อมด้วยผู้นำชุมชน จำนวน 3 ราย มาประชุมหารือร่วมกันเพื่อนำมาสู่แนวทางในการวางแผนพัฒนาตนเองและเตรียมความพร้อมในด้านต่าง ๆ หลังจากที่มีความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่ครบถ้วนแล้วเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

4.2.2 ผลการประชุมและแผนการดำเนินงาน ซึ่งสรุปได้ดังนี้

มีการจัดประชุมกลุ่มโฮมสเตย์และร้านอาหารอย่างน้อย 3 เดือนต่อครั้งเพื่อขับเคลื่อนแผนในการเตรียมความพร้อมและวางแผนในการพัฒนาปรับปรุงตนเองและชุมชนตามเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในแต่ละข้อที่ยังไม่ดำเนินการ

1. มีการจัดตั้งคณะทำงาน โดยทำการเลือกประธาน รองประธาน และเหรัญญิกของกลุ่มโฮมสเตย์และร้านอาหาร พร้อมทั้งกำหนดบทบาทและหน้าที่ของคณะทำงานในการขับเคลื่อนแผนงานในการพัฒนาปรับปรุงโฮมสเตย์และร้านอาหาร

2. มีการตกลงร่วมกันในเรื่องของการกำหนดราคาของที่พักรักษาและอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาพักให้เป็นไปในรูปแบบและราคาเดียวกันเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาด้านราคาขาย

3. มีการหารือร่วมกันเรื่องการจัดการสถานที่จอดรถและการจ่ายค่าบริการรถเช่าลั้งให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักโฮมสเตย์

4. เมนูหมูเด้ง ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ด้านอาหารของชุมชนเกาะแรต ควรต้องมีในเมนูทุกโฮมสเตย์เพื่อสร้างการรับรู้ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารของชุมชนเกาะแรต

4.2.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการบริหารจัดการระดับชุมชน รวมถึงมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการบริหารจัดการในภาพรวมของชุมชนเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานโฮมสเตย์ได้ด้วย ดังนี้

1. การจัดการขยะ โดยการประสานงานเทศบาลเพื่อเข้ามาดูแล และกำหนดกฎ ระเบียบ ภายในชุมชนเรื่องการจัดขยะ และมีแผนงานในการจัดการขยะของชุมชนที่ชัดเจน และประชาสัมพันธ์ให้ทราบแนวปฏิบัติของชุมชน

2. การเตรียมความพร้อมด้านสาธารณะภัย ความปลอดภัย การปฐมพยาบาล และการซ้อม
กู้ภัยต่างๆ ภายในชุมชน

3. กำหนดกฎ ระเบียบในการจอดรถ ทั้งภายในเกาะและภายนอกเกาะ เพื่อความสะดวกและ
ปลอดภัยสำหรับผู้อยู่ในชุมชนและนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2 การประชุมหารือในการวางแผนการพัฒนาและเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ
ที่มา : คณะผู้วิจัย

สรุปผลการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนา

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหารหลังจากมีกิจกรรม
ในการพัฒนาและเตรียมความพร้อม มี 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการวางแผนการดำเนินงานและการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์เกาะแรตมีความรู้และเข้าใจในการนำเครื่องมือทางธุรกิจมาวิเคราะห์
ธุรกิจตนเอง โดยการวิเคราะห์ SWOT ทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นศักยภาพธุรกิจของตนเองทั้ง
สถานการณ์ภายในและภายนอกธุรกิจของตนเอง โดยเฉพาะการมองเห็นจุดแข็งและโอกาสทางธุรกิจที่
จะทำให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายได้ และวางแผนการพัฒนาปรับปรุงจุดอ่อนรวมไปถึงการรับมือกับอุปสรรค
ที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจ

นอกจากนี้การวิเคราะห์ Business Model Canvas ทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นองค์ประกอบภาพรวมในการดำเนินงาน อีกทั้งองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความเสี่ยงหรือองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งทั้งหมดนี้ส่งผลต่อการวางแผนในการดำเนินงานของธุรกิจที่ทำให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์สามารถมีเครื่องมือทางธุรกิจที่เป็นแนวทางในการดำเนินงานธุรกิจที่ดีและสามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางธุรกิจได้ง่าย

การพัฒนาที่เกิดขึ้นในแต่ละองค์ประกอบ

- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย** ซึ่งเดิมผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกลุ่มลูกค้าวัยเกษียณหรือผู้สูงอายุเพียงกลุ่มเดียว เพราะเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากมาใช้บริการ แต่ประเมินศักยภาพได้มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพิ่มเป็นกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มทำงานที่ต้องการมาพักผ่อนหรือมีกิจกรรมร่วมกัน ทำให้ธุรกิจสามารถกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ สำหรับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ด้วยเช่นกัน

- **คุณค่าที่นำเสนอ** สำหรับสินค้าและบริการที่ทางโฮมสเตย์นำเสนอให้กับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น ที่พักที่สะอาด ปลอดภัย อาหารทะเลที่สด อร่อย การให้บริการที่ดีเป็นกันเอง และการคงความเป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมไว้ ซึ่งเป็นทั้งจุดเด่นและคุณค่าที่ทางผู้ประกอบการโฮมสเตย์ และร้านอาหารในเกาะแรตนำเสนอให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว

- **การสร้างความสัมพันธ์** กับลูกค้าทางโฮมสเตย์ โดยมีการกำหนดให้ทุกโฮมสเตย์และร้านอาหารมีการเก็บฐานข้อมูลลูกค้าผ่านการลงทะเบียนทุกครั้งและมีการบันทึกพฤติกรรมของการมาใช้บริการเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหาร เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาดในการดึงดูดหรือจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำ

- **ช่องทาง** ในการที่ลูกค้าจะเข้าถึงโฮมสเตย์มีการเน้นให้ลูกค้าเข้ามาได้ง่ายทุกช่องทาง โดยเฉพาะช่องทางที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวัยเกษียณ

- **รายได้** ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นโอกาสร่วมกันในการสร้างรายได้ที่นอกเหนือจากที่พักและอาหาร เช่น รายได้จากการขายอาหารทะเลแปรรูปและอาหารทะเลแช่แข็งโดยใช้ฐานกลุ่มลูกค้าเดิมจากกลุ่มลูกค้าของโฮมสเตย์และร้านอาหารของตนเอง และรายได้จากการขายขยะ เป็นต้น

2. การวางแผนงานและการดำเนินงานในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหารเพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ที่มีความรู้และความเข้าใจในมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยส่งผลต่อการมีแนวทางและแผนการดำเนินงานที่ชัดเจนร่วมกันในกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ทั้ง 9 ราย ในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย โดยกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์เกาะแรตมีแผนการจัดประชุมร่วมกันทุก ๆ เดือนเพื่อการวางแผนและติดตามผลการดำเนินงานในแต่ละส่วนที่ต้องพัฒนาจากความรู้ที่ได้รับการสัมมนา

อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในการร่วมกันพัฒนาโฮมสเตย์เพื่อให้เข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยในอนาคต นอกจากผู้ประกอบการโฮมสเตย์เกาะแรตมีแผนและแนวทางในการพัฒนาธุรกิจตนเองแล้ว ยังมีแนวทางในการพัฒนาร่วมกับชุมชนภาพรวมด้วยเช่นกัน เนื่องจากมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการชุมชนด้วยเช่นกัน

แนวทางการพัฒนาร่วมกับชุมชน

- การสร้างกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ภายในเกาะทั้งที่เน้นด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาพักค้างคืนมีกิจกรรมในการท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแบบไม่ค้างคืน

- การจัดรวบรวมข้อมูล ทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน หรือด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยจัดทำเป็นเอกสารหรือฐานข้อมูลเพื่อเป็นข้อมูลกลางในการนำไปจัดทำเอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

- การจัดอบรมมัคคุเทศก์ในท้องถิ่น โดยใช้ผู้อยู่ในท้องถิ่นเช่น กลุ่มนักเรียน กลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับผู้อยู่ในชุมชนและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อชุมชนด้วยเช่นกัน

3. การพัฒนาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการโฮมสเตย์เกาะแรตมีการพัฒนาปรับปรุงการให้บริการต่อนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จากผลการสำรวจความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ทำให้ผู้ประกอบการได้มองเห็นผลความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่ชัดเจนมากขึ้น

ผลการพัฒนานำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ในเกาะแรต โดยเฉพาะด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านอ้อยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นด้านที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับมากและมากที่สุด ผู้ประกอบการโฮมสเตย์เกาะแรตจึงต้องรักษาและคงคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในด้านเหล่านี้ไว้ ส่วนด้านความปลอดภัย ด้านรายการนำเที่ยว และด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ เป็นด้านที่ผู้ประกอบการต้องมาวิเคราะห์และวางแผนร่วมกันพัฒนาการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโฮมสเตย์เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาแนวทางการยกระดับผู้ประกอบการโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยโดยใช้แผนผังโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ในชุมชนเกาะแรต จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยนำมาสู่ประเด็นอภิปรายที่สำคัญ 3 ประการ

1. ประสิทธิภาพของการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางธุรกิจในบริบทชุมชน

การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ SWOT ร่วมกับ Business Model Canvas แสดงให้เห็นความสอดคล้องที่น่าสนใจระหว่างการรับรู้ของผู้ประกอบการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านที่พัก (การประเมินตนเอง 95.96% และความพึงพอใจ 4.51) และด้านอาหาร (การประเมินตนเอง 100% และความพึงพอใจ 4.53) ความสอดคล้องนี้สะท้อนถึงการรับรู้ที่ถูกต้องของผู้ประกอบการเกี่ยวกับจุดแข็งของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Phunnarong (2021) ที่พบว่า การรักษาจุดแข็งด้านการบริการและอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจโฮมสเตย์

สิ่งที่น่าสนใจคือ การวิเคราะห์ Business Model Canvas ช่วยให้ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสในการสร้างรายได้ใหม่ เช่น การแปรรูปอาหารทะเลและการแยกขยะ ซึ่งเป็นการคิดนอกกรอบจากรายได้แบบดั้งเดิม สอดคล้องกับแนวคิดของ Osterwalder & Pigneur (2010) ที่เห็นว่า Business Model Canvas ช่วยให้เห็นโอกาสทางธุรกิจที่มองข้ามไป และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pongsakornrungsilp et al. (2021) ที่เน้นย้ำความสำคัญของการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและการสื่อสารการตลาดที่มีประสิทธิภาพในธุรกิจท่องเที่ยวชุมชน

อย่างไรก็ตาม การที่ผู้ประกอบการเพิ่งเริ่มจัดเก็บข้อมูลลูกค้าและพัฒนาช่องทางออนไลน์ แสดงให้เห็นว่า เครื่องมือเหล่านี้มีประโยชน์ในการชี้ให้เห็นช่องว่างในการดำเนินธุรกิจที่อาจไม่ได้รับการพิจารณามาก่อน

2. ความท้าทายในการยกระดับสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ผลการประเมินตนเองเผยให้เห็นความไม่สมดุลระหว่างด้านต่างๆ โดยด้านประชาสัมพันธ์ (61.10%) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (69.45%) และด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (72.62%) ยังต้องการการพัฒนาอย่างมาก

สิ่งที่น่าสังเกตคือ ด้านที่ต้องพัฒนาส่วนใหญ่เป็นด้านที่เกี่ยวข้องกับการจัดการระดับชุมชน มากกว่าระดับธุรกิจรายบุคคล เช่น การจัดการขยะ การจัดการที่จอดรถ และการประชาสัมพันธ์แบบรวมกลุ่ม สิ่งนี้สะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของธุรกิจโฮมสเตย์ที่ไม่สามารถแยกออกจากบริบทชุมชนได้ สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชน (Community-Based Tourism) ของ Kontogeorgopoulos et al. (2013) ที่พบว่า สภาพทางภูมิศาสตร์ที่ดี การสนับสนุนจากภายนอก และภาวะผู้นำที่สร้างการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการกำหนดความสำเร็จของ CBT ในประเทศไทย

จุดอ่อนที่พบ เช่น การจัดการขยะและพื้นที่จอดรถ แม้ไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินงานของโฮมสเตย์ แต่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวโดยรวม สอดคล้องกับแนวคิดของ Fong & Lo (2015); Sutresna et al. (2019) ที่เน้นย้ำความสำคัญของการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

การที่กลุ่มผู้ประกอบการตัดสินใจกำหนดราคาเดียวกันและมีเมนูอัตลักษณ์ร่วมกัน (หมูเน่า) แสดงให้เห็นถึงการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความสำคัญของการสร้างภาพลักษณ์ร่วมและลดการแข่งขันภายในกลุ่ม

3. ข้อจำกัดและศักยภาพของแนวทางการพัฒนา

แม้ว่าการวิจัยนี้จะแสดงให้เห็นแนวทางที่มีศักยภาพ แต่ยังมีข้อจำกัดที่สำคัญคือ การขาดข้อมูลเปรียบเทียบระยะยาวที่จะแสดงให้เห็นผลกระทบที่แท้จริงของการใช้เครื่องมือเหล่านี้ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางมากกว่าการวัดผลการเปลี่ยนแปลงเชิงประจักษ์

ความสำเร็จของแนวทางนี้จะขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกหลายประการ เช่น การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ความต่อเนื่องของการประชุมกลุ่มทุก 3 เดือน และความสามารถในการรักษาความสามัคคีของกลุ่ม ซึ่งเป็นความท้าทายที่พบได้บ่อยในการท่องเที่ยวชุมชน

นอกจากนี้ การที่ชุมชนยังไม่มีชายหาดสำหรับกิจกรรมทางน้ำ และการสนับสนุนจากภาครัฐที่ยังไม่ทั่วถึง เป็นอุปสรรคภายนอกที่เครื่องมือทางธุรกิจเพียงอย่างเดียวไม่สามารถแก้ไขได้

ความหมายเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติ

ผลการวิจัยนี้สนับสนุนแนวคิดที่ว่า เครื่องมือทางธุรกิจที่พัฒนาสำหรับองค์กรขนาดใหญ่สามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากมีการปรับให้เหมาะสมกับบริบท ความสอดคล้องระหว่างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและการประเมินตนเองของผู้ประกอบการตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย โดยเฉพาะในด้านที่พัก อาหาร และอภัยาศัยมิตร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kontogeorgopoulos et al. (2015) ที่พบว่า คุณภาพของที่พัก อาหาร และการต้อนรับเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในโฮมสเตย์

การใช้ Participatory Action Research ร่วมกับเครื่องมือทางธุรกิจแสดงให้เห็นว่า การพัฒนาโฮมสเตย์ไม่ควรเป็นเพียงการถ่ายทอดความรู้แบบทางเดียว แต่ควรเป็นกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันที่ทำให้ชุมชนสามารถวิเคราะห์และแก้ปัญหาด้วยตนเอง อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ต้องพัฒนา เช่น ด้านรายการนำเที่ยว การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมวัฒนธรรม และการเชื่อมโยงธุรกิจกับชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ ภณสิทธิ์ อ้นยะ (2563) ที่เน้นย้ำความสำคัญของการพัฒนาแบบองค์รวมในการท่องเที่ยวชุมชน

โดยสรุป การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางธุรกิจร่วมกับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยสามารถช่วยในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการโฮมสเตย์และร้านอาหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในชุมชน รวมถึงการพัฒนาในมิติอื่น ๆ นอกเหนือจากการให้บริการที่พักและอาหาร

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้สำเร็จในการพัฒนาแนวทางการยกระดับผู้ประกอบการโฮมสเตย์สู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยโดยใช้แผนผังโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas) ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยสามารถสรุปผลสำคัญได้ดังนี้

1. แนวทางการใช้เครื่องมือทางธุรกิจในบริบทชุมชน

- การประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ SWOT ร่วมกับ Business Model Canvas ในกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์มองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้ชัดเจนขึ้น ทั้ง 9 องค์ประกอบ
- ระบุจุดแข็งและโอกาสที่สอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- ค้นพบแหล่งรายได้ใหม่นอกเหนือจากที่พักและอาหาร
- กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น

2. ระดับความพร้อมในการเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

- ผู้ประกอบการโฮมสเตย์เกาะแรตมีความพร้อมในระดับดีถึงดีมากในด้านหลัก ได้แก่ ด้านอาหาร (100%) และด้านที่พัก (95.96%)
- ด้านที่ต้องพัฒนาปรับปรุงคือ ด้านประชาสัมพันธ์ (61.10%) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (69.45%) และด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ (72.62%)

3. แผนการพัฒนาที่เป็นรูปธรรม

- ชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาแผนการดำเนินงานที่ครอบคลุม
- การจัดตั้งคณะกรรมการและกำหนดบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน
- การกำหนดมาตรฐานร่วมในด้านราคาและคุณภาพอาหาร
- แนวทางการพัฒนาในระยะสั้น-กลางสำหรับการเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สำหรับหน่วยงานภาครัฐ

- พัฒนาระบบสนับสนุนแบบองค์รวมที่ครอบคลุมทั้งการพัฒนาธุรกิจและการจัดการชุมชน
- จัดทำคู่มือการใช้เครื่องมือทางธุรกิจสำหรับชุมชนโฮมสเตย์โดยเฉพาะ

- สร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างชุมชนที่มีการพัฒนาในลักษณะใกล้เคียงกัน

2. สำหรับชุมชนเกาะแรต

- ดำเนินการตามแผนที่วางไว้อย่างต่อเนื่องและติดตามประเมินผลทุก 3 เดือน
- พัฒนาระบบข้อมูลลูกค้าและช่องทางการตลาดออนไลน์อย่างเป็นระบบ
- เสริมสร้างศักยภาพในด้านที่ยังมีคะแนนต่ำ โดยเฉพาะด้านประชาสัมพันธ์และการจัดการสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อเนื่อง

1. การศึกษาผลกระทบระยะยาว

- ติดตามการเปลี่ยนแปลงความพึงพอใจนักท่องเที่ยวและรายได้ของชุมชนในระยะ 1-2 ปี
- ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินแผนที่วางไว้

2. การขยายผลการศึกษา

- ทดสอบแนวทางนี้กับชุมชนโฮมสเตย์อื่นที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน
- พัฒนาตัวแบบ (Model) การใช้เครื่องมือทางธุรกิจสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนประเภทต่าง ๆ

3. การพัฒนาเครื่องมือ

- สร้างเครื่องมือประเมินความพร้อมที่เฉพาะเจาะจงสำหรับโฮมสเตย์ในประเทศไทย
- พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการข้อมูลลูกค้าและการตลาดสำหรับกลุ่มโฮมสเตย์

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้ประโยชน์

1. สำหรับผู้ประกอบการโฮมสเตย์

- ใช้ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือในการทบทวนและวางแผนธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ
- สร้างระบบการเรียนรู้ร่วมกันภายในกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแก้ปัญหาร่วมกัน

2. สำหรับนักวิชาการและนักวิจัย

- พัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเครื่องมือทางธุรกิจสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน
- สร้างฐานข้อมูลความรู้และแนวปฏิบัติที่ดีสำหรับการพัฒนาโฮมสเตย์ในประเทศไทย

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรมประจำปีงบประมาณ 2565 (Fundamental Fund : FF ปี 2565) รหัสโครงการ LAM6505141S

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย*. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมการท่องเที่ยว. (2566). *รายงานประจำปี 2565 กรมการท่องเที่ยว*. สำนักเลขาธิการกรม กลุ่มแผนงาน กรมการท่องเที่ยว.
- โน้ร้อสมัส เจ๊ะมามะ และจุมพต สายสุนทร. (2564). มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมธุรกิจโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารราชภาคย์*, 15(40), 160-172.
- บุญทัน ดอกไธสง และปิยะนันต์ จันทรแซกหล้า. (2559). การกำหนดนโยบายธุรกิจโฮมสเตย์ไทย. *วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 3(1), 77-94.
- ปริญญานาคปทุม, กฤษฎิ์พัทธ์ พิษณุเดชอนันต์, รชฏ จันทรน้อย, และวรรณวิภา หรุสกุล. (2565). การวิเคราะห์ผลประเมินมาตรฐานเพื่อส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพโฮมสเตย์ตามเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 16(1), 87-99.
- ภณสิทธิ์ อ้นยะ. (2563). การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 14(2), 45-54.
- Fong, S. F. & Lo, M.C. (2015). Community Involvement and Sustainable Rural Tourism Development: Perspectives from the Local Communities. *European Journal of Tourism Research*. 11. 125-146.
- Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A., & Duangsaeng, V. (2013). Success factors in community-based tourism in Thailand: The role of luck, external support, and

local leadership. *Tourism Planning & Development*, 11(1), 106-124.

<https://doi.org/10.1080/21568316.2013.852991>

Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A., & Duangsaeng, V. (2015). Homestay tourism and the commercialization of the rural home in Thailand. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(1), 29-50.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.

Phunnarong, S. (2021). Factors affecting the success of community-based tourism (CBT) in Homestay form. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 14(4), 14-27.

Pongsakornrunsilp, S., Pongsakornrunsilp, P., Kumar, V., & Maswongssa, B. (2021). The art of survival: Tourism businesses in Thailand recovering from COVID-19 through brand management. *Sustainability*, 13(12), Article 6690.
<https://doi.org/10.3390/su13126690>

Sutresna, I.B. & Suyana, U. & Saskara, Ida Ayu & Setyari, ni putu. (2019). Community Based Tourism as Sustainable Tourism Support. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*. 94, 70-78.