



กลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay)  
เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย  
: กรณีศึกษาโฮมสเตย์นาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

The Strategy of Improving Homestay Service to Compile with  
Thailand Homestay Standards : A Case Study of Na Khun Sean Homestay  
in Suan Phueng Ratchaburi Province

ฐิตินันท์ พงษ์คะเชนทร์  
ประยุทธ สุวรรณศรี

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดิน ประจำปีงบประมาณ 2561  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะบริหารธุรกิจ

ชื่อเรื่อง : กลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐาน  
โฮมสเตย์ไทย : กรณีศึกษาโฮมสเตย์นาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี  
ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฐิตินันท์ พงษ์คะเชนทร์ และอาจารย์ประยุต สุวรรณศรี  
พ.ศ. : 2561

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำเร็จการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน และโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน เปรียบเทียบกลยุทธ์การให้บริการที่พักของโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานกับ โฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน และเสนอกลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) บ้าน นาขุนแสนเพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) จาก กลุ่มประชากรผู้ให้บริการโฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยทั่วประเทศจากสำนัก พัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จำนวน 27 คน และผู้ให้การสนับสนุนจำนวน 14 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การสนทนา กลุ่ม (Focus group interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) นำประมวลผลด้วย คอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป การวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) การจัดลำดับ (Ranking)

ผลการวิเคราะห์เชิงสถิติจากกลุ่มตัวอย่างได้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ จำนวน 13 กลยุทธ์ ประกอบด้วย 58 ตัวชี้วัด และนำผลที่ได้ไปเทียบเคียงกับสถานการณ์ที่เป็นจริงของการ ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน ดังนี้

กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน มีระดับกลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ **อยู่ระดับเหมาะสม** พบว่ามี 8 กลยุทธ์ ได้แก่ A. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์ ประกอบด้วย (A2) ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์ B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ ประกอบด้วย (D2) ด้านการสนทนาอย่างมีอัธยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ E. กลยุทธ์การให้บริการด้านรายการนำเที่ยว F. กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม G. กลยุทธ์การให้บริการด้านวัฒนธรรม H. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและ มูลค่าผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ **อยู่ระดับต้องปรับปรุง** พบว่า มี 3 กลยุทธ์ ได้แก่ D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ ประกอบด้วย (D1) ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมี อัธยาศัยไมตรีในการให้บริการ I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วย (I1) ด้านการบริหารจัดการ (I2) ด้านการบริการ กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ **อยู่ระดับวิกฤต** พบว่า มี 2 กลยุทธ์ ได้แก่ A. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์ ประกอบด้วย (A1) ด้านทำเลที่ตั้ง และความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์ J. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์  
ไทย : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ในเชิงวิธีการนำผลที่ได้จากตัวชี้วัด  
13 กลยุทธ์ ประกอบด้วย 58 ตัวชี้วัด มาใช้ในการชี้แนะการดำเนินการ เพื่อ “รักษาสภาพ” หรือ  
“บำรุงรักษา “พัฒนา” หรือ “ปรับปรุง”ให้ดีขึ้น และ “ขจัดวิกฤต”



Title : The Strategy of Improving Homestay Service to Compile with Thailand Homestay Standards : A Case Study of Na Khun Sean Homestay in Suan Phueng Ratchaburi Province

Researchers : Asst.Prof. Thitinan Pongkachen and Mr. Prayuth Suwansri

Year : B.E. 2561

### Abstract

The purposes of this research are to study the success rate of reaching homestay service standards of Ban na Khun Saen homestay then compare with other Thai standard homestays and suggest the strategies for providing the cultural services to make Ban na Khun Saen homestay to reach Thai homestay standards. The research performed qualitative research from 27 sampling population and 14 supporters who provide homestay service throughout the country from the department of tourism, Ministry of Tourism and Sports. The researcher used questionnaire as an instrument to obtain quantitative information as well as a focus group interview and in-depth interview to obtain qualitative information then processed those information with statistical software package to analyze the percentage, frequency distribution, mean and ranking

The statistical analysis found 13 strategies consisting of 58 indicators and compare to actual of Ban na Khun Saen homestay service as follows

Strategic services of Ban na Khun Saen is in the suitable level The research found the there are 8 strategies which are A. Homestay service strategy consisting of (A1) location and readiness of homestay. B Food and beverage service strategy C. Strategic planning for safety service D. Hospitality Strategy for service providers, which are cultivate the core value of service-mixed hospitality consisting of (D2) In light of Hospitalities greetings and readiness of customers to join homestay activities. E. Strategy for travel advisory services. F. Strategy in natural resources and environmental services. G. Strategy in cultural services. G. Strategy in cultural services. H. Strategy for providing quality service and product value. I. Strategy in managing homestay services that could be categorized into (I1) Management. (I2) Services, The poor level and needed to improve from the research has found that there and 3 strategies which are D. Hospitality Strategy for service provider consisting of (D1) Instilling values, Have faith in service, I. Strategy in managing homestay services that could be categorized into (I1) Management, (I2) Services. The crisis situation, which

are 2 strategies which are A. Strategy in homestay service (A1) Location and readiness of homestay. J. Strategy for information services.

Service strategies to Compile with Thailand Homestay Standards : A Case Study of Na Khun Sean Homestay in Suan Phueng Ratchaburi Province uses methodology indicated by the result of 13 strategies and 58 indicators to “reserved” or “maintaining” and “develop” or “improve” for the better result and eliminating crisis.”



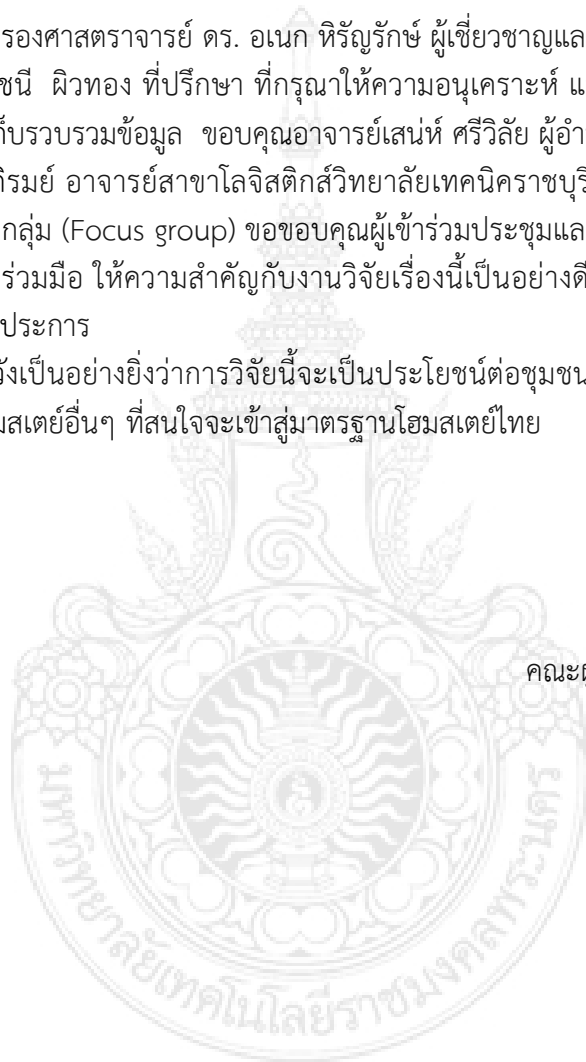
## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องนี้ได้รับการสนับสนุนทุนการวิจัยจากงบประมาณรายได้ ประจำปี พ.ศ. 2561 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ซึ่งช่วยให้การดำเนินการวิจัยเสร็จอย่างสมบูรณ์ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. อเนก หิรัญรักษ์ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชณี ผิวทอง ที่ปรึกษา ที่ปรึกษา ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ แนะนำ ปรับปรุง แก้ไข รูปแบบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ขอขอบคุณอาจารย์เสน่ห์ ศรีวิสัย ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคนิคราชบุรี อาจารย์ละออ โพธิ์ภิรมย์ อาจารย์สาขาโลจิสติกส์วิทยาลัยเทคนิคราชบุรี ที่ได้อำนวยความสะดวกด้านสถานที่ในการประชุมกลุ่ม (Focus group) ขอขอบคุณผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ได้สละเวลา ให้ความร่วมมือ ให้ความสำคัญกับงานวิจัยเรื่องนี้เป็นอย่างดีจนสามารถดำเนินการวิจัยจนบรรลุวัตถุประสงค์ทุกประการ

สุดท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน และเป็นแนวทางให้กับโฮมสเตย์อื่นๆ ที่สนใจจะเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

คณะผู้วิจัย



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก-ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค-ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ-ช
สารบัญตาราง	
สารบัญภาพ	
<b>บทที่ 1. บทนำ</b>	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	2
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	7
1.3 คำถามการวิจัย	8
1.4 ขอบเขตการวิจัย	8
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ	10
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	11
<b>บทที่ 2. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay)	12
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ	17
2.3 การประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	23
2.4 ปัจจัยในการบริหารโฮมสเตย์สู่ความสำเร็จ	35
2.5 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนนาขุนแสนโฮมสเตย์ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี	48
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	52
2.7 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
<b>บทที่ 3. วิธีดำเนินงานวิจัย</b>	
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	65
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	65
3.3 วิธีการรวบรวมข้อมูล	69
3.4 การสร้าง “ตัวชี้วัด” ความสำเร็จการให้บริการที่พักโฮมสเตย์	70

3.5	ค่าสถิติและวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	75
-----	--	----

#### บทที่ 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	78
4.1.1	ผลการประมวล “ข้อมูลส่วนบุคคล” ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ “กลยุทธ์การ ให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน โฮมสเตย์ไทย และโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน	79
4.1.2	ผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนน “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และผู้ ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน “ความต้องการใช้กลยุทธ์การ ให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้สนับสนุนโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน และ ผู้สนับสนุนโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน และ “กลยุทธ์การให้บริการที่พัก โฮมสเตย์” ที่ได้มาตรฐาน และบ้านนาขุนแสน ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด	90
4.1.3	ผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนน “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และที่พักโฮมสเตย์บ้านนา ขุนแสน	136
4.1.4	เปรียบเทียบผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนนและระดับตัวชี้วัด “กลยุทธ์การ ให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน	142
4.2	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	144
4.3	กลยุทธ์เพิ่มเติมผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	148
4.4	แนวทางการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติของการให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	149

#### บทที่ 5. สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1	สรุปผลการประมวล “สภาพปัจจุบัน” ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ “กลยุทธ์การ ให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยและผู้ให้ บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน	151
5.2	สรุปผลลำดับความสำคัญของ “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” และ “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พัก โฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยและผู้สนับสนุน และ ผู้ให้บริการที่พักโฮมส เตย์บ้านนาขุนและผู้สนับสนุน	153



- 5.3 สรุปผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พัก  
โฮมสเตย์”ของที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนเพื่อเข้าสู่เพื่อเข้าสู่มาตรฐาน  
โฮมสเตย์ไทย 154
- 5.4 ข้อเสนอแนะ 155

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

ประวัติผู้วิจัย



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 แสดงสถิตินักท่องเที่ยวและรายได้ในอำเภอสวนผึ้งเปรียบเทียบระหว่างปี 2558 และปี 2559	6
2.1 แสดงเกณฑ์มาตรฐาน ตัวชี้วัด และวิธีการวัดประเมินโฮมสเตย์ไทย	35
2.3 แสดงทะเบียนบ้านพักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน	49
2.4 แสดงโครงสร้างการบริหารจัดการโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน	49
3.1 แสดงการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนแบบสำรวจรายการ (Check List)	66
3.2 แสดงการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนแบบ Likert Scale	67
3.3 แสดงกลุ่มตัวอย่างโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	68
3.4 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้สนับสนุนโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	69
3.5 แสดงตัวชี้วัดความสำเร็จในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	73
3.6 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายค่าข้อมูลเฉพาะ	76
3.7 แสดงการแปลความหมายระดับกลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์	76
4.1 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลตาม "เพศ" และ "อายุ" ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	79
4.2 แสดงจำนวน และร้อยละ "ระดับการศึกษา" ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	80
4.3 แสดงจำนวน และร้อยละ "สถานะภาพในโฮมสเตย์" ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	81
4.4 แสดงจำนวนและร้อยละ "ประสบการณ์การทำงานด้านโฮมสเตย์" ของผู้ให้บริการที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	82

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.5 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลตาม “เพศ” และ “อายุ” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน	83
4.6 แสดงจำนวน และร้อยละ “ระดับการศึกษา” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน	84
4.7 แสดงจำนวนและร้อยละ “สถานะภาพในโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน	85
4.8 แสดงจำนวนและร้อยละ “คุณลักษณะเฉพาะโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	86
4.9 แสดงจำนวนและร้อยละ “จำนวนปีที่เปิดให้บริการ” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	87
4.10 แสดงจำนวนและร้อยละ “คุณลักษณะเฉพาะโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน	88
4.11 แสดงจำนวนและร้อยละ “จำนวนปีที่เปิดให้บริการ” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน	89
4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยคะแนน “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ของผู้ให้บริการ	90
4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยคะแนน “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ ” ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ของผู้สนับสนุน	101
4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยคะแนน “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน” ของผู้ให้บริการ	113
4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยคะแนน “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน ” ของผู้สนับสนุน	124

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
4.16	แสดงค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ ” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด	136
4.17	แสดงค่าเฉลี่ยคะแนน “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ ” ของผู้ให้บริการที่ พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด	139
4.18	แสดงค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” จำแนก ตามผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และโฮมสเตย์ บ้านนาขุนแสน	142



## สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1.1	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2559	2
2.1	แสดงรูปแบบการมีส่วนร่วม	47
4.1	แสดงแนวทางการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ บ้านนาขุนแสนเพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	150

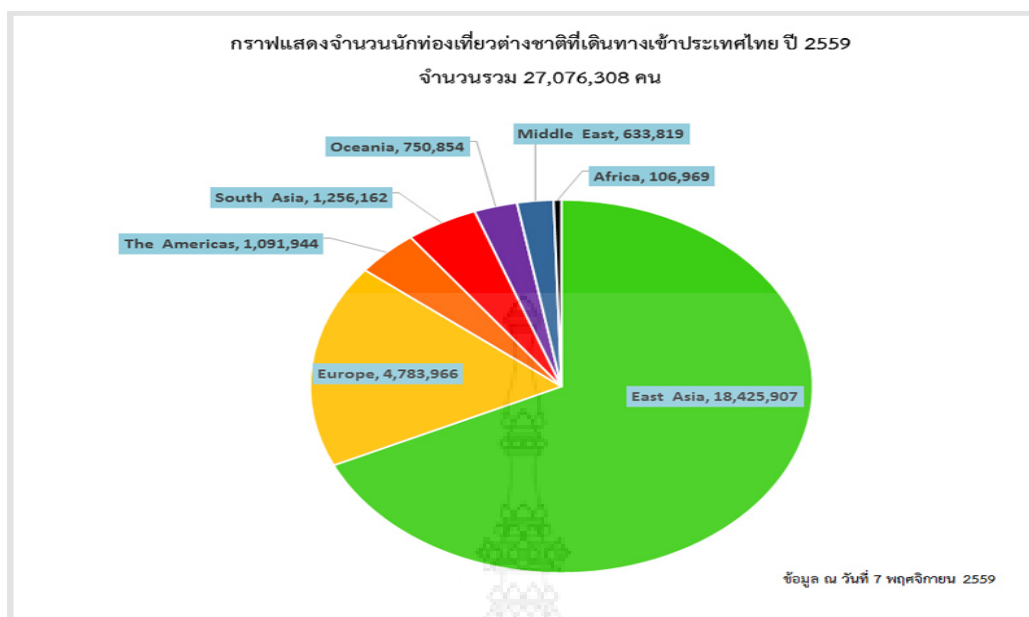


## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการนับเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก สร้างงาน สร้างรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในชุมชนยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ให้ดีขึ้น รวมทั้งปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน อันจะนำมาซึ่งการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีจิตสำนึก ทั้งนี้ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ อัญมณีไมตรีของคนไทย โดยในปี พ.ศ. 2558 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวของประเทศไทย ยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่สุดด้านการท่องเที่ยวของโลกในการจัดอันดับระดับนานาชาติ เช่น กรุงเทพมหานคร ได้รับเลือกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2558 โดย Master Card รางวัลชายหาดที่ดีที่สุดของเอเชีย ในปี 2558 จาก World Travel Awards รางวัลประเทศท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในด้านการท่องเที่ยวครอบครัว การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการวิเวก ในปี 2557 รางวัลสถานที่เพื่อการประชุมและจัดงานยอดเยี่ยมจาก TTG Travel Awards ในปี 2557 และประเทศไทยได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว Grand Travel Award จากนิตยสาร Travel News นิตยสารธุรกิจท่องเที่ยวชื่อดังจากภูมิภาคสแกนดิเนเวีย ในปี 2554 ติดต่อกันเป็นเวลา 9 ปี เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก



ภาพที่ 1.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2559

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : UNWTO) ได้พยากรณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,400 ล้านคน และอาจมีจำนวนถึง 1,800 ล้านคนในปี พ.ศ. 2573 (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยจีน, 2557) ทั้งนี้ World Economic Forum ได้ระบุแนวโน้มที่ส่งผลต่อธุรกิจการท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่ 1) ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (Changing Customer Needs) เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องเผชิญกับความท้าทายจากนักท่องเที่ยวสูงอายุและแรงงานสูงอายุมากยิ่งขึ้น (Aging Population) และชุมชนเมืองเกิดมากยิ่งขึ้นสืบเนื่องมาจากจำนวนผู้อพยพเข้าสู่เมืองที่มีมากขึ้น (Emergence of megacities) เป็นต้น 2) ความเคลื่อนไหวใหม่ ๆ (New Mobility Frontiers) เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยวจะเผชิญกับอุปสรรคมากยิ่งขึ้น หากการลงทุนในสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานยังมีไม่เพียงพอ (The Infrastructure Challenge) อีกทั้งความกังวลต่อสถานะสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จะทำให้เกิดความต้องการแก้ปัญหาใหม่ ๆ สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว (Environmental Concern) และการขาดแคลนของพลังงานซึ่งส่งผลให้ต้นทุนของธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (Energy Scarcity and Price Evolution) เป็นต้น 3) ทิศทางของเทคโนโลยีสมัยใหม่ (New Technology Vectors) จะส่งผลต่อราคา การคัดเลือกเส้นทางและตารางการท่องเที่ยว การทำประวัตินักท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลในหลากหลายสาขาท่องเที่ยว (Cloud Solutions/Big Data/ Analytics Cloud Computing) หรือการเจริญเติบโตของช่องทางการค้าและบริการใหม่ ๆ โดยธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องแสวงหาวิธีการบริหารช่องทางต่าง ๆ และแนวทางแก้ปัญหาใหม่ที่จะเกิดขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวและการจองตั๋วการเดินทางออนไลน์ เป็นต้น 4) สมรรถนะหลักในอนาคต (Key Capacities

For The Future) เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องสร้างและบริหารห่วงโซ่อุปทานที่สามารถตอบสนองต่อความท้าทายที่หลากหลายในอนาคต ตั้งแต่ภูมิภาคที่แปรปรวน ไปจนถึงความผันผวนของราคาและค่าเงิน (Supply Chain Ability) อีกทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องประยุกต์โมเดลธุรกิจที่ส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งกำลังได้รับความสำคัญและสถานะการแข่งขันในธุรกิจการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นเนื่องจากกลุ่มท่องเที่ยวหน้าใหม่ที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ตลอดเวลา (New Challenger) เป็นต้น แม้ว่าการท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องและประเทศไทยยังเป็นหนึ่งในหลายประเทศที่ให้ความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยวจากการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของไทยตามวงจรการท่องเที่ยว พบว่าประเทศไทยมีความโดดเด่นเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความพึงพอใจได้สูง แต่ยังคงขาดการรักษาแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ยังต้องปรับปรุงและภาพลักษณ์ด้านลบต่อเนื่องที่ต้องเร่งแก้ไข ความสะอาดและสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอีกประเด็นที่ประเทศไทยต้องให้ความสนใจในการพัฒนา เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานสูงขึ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวตลาดคุณภาพ โดยได้รับบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อที่จะกระจายความเจริญออกไปสู่ภูมิภาค ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำทางด้านเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) รัฐบาลมีนโยบายกระจายความเจริญออกไปสู่ภูมิภาค โดยการพัฒนาเมืองหลักในแต่ละภูมิภาค เช่น ภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพิษณุโลก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอุบลราชธานี ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดสงขลา (หาดใหญ่) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) ได้กำหนดเป้าหมายที่จะพัฒนาเมืองหลักซึ่งเป็นศูนย์กลางการพัฒนาในแต่ละภูมิภาคเพื่อเป็นฐานเศรษฐกิจและถ่ายทอดความเจริญออกสู่เมืองโดยรอบอย่างเป็นระบบ โดยได้กำหนดให้จังหวัดเมืองหลักในแต่ละภาคเป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจ การค้า การบริการ การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมแปรรูปวัตถุดิบในท้องถิ่น การค้าระหว่างประเทศและการศึกษา ในภาคเหนือ ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดพิษณุโลก จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดเชียงราย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดสุรินทร์ **ภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดราชบุรี** ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี และภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดสงขลา และจังหวัดภูเก็ต ปัจจุบันกำลังเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวนั้น มุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนา 3 แนวทาง คือ (1) ส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ พัฒนา กลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยว พื้นฟูความเชื่อมั่นและดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด พัฒนาทักษะฝีมือบุคลากร และพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้เกิดความเชื่อมโยงกันเป็นโครงข่าย (2) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย



จัดทำและบังคับใช้มาตรฐานด้านการท่องเที่ยว โดยปรับปรุงให้เอื้อต่อการพัฒนาสำหรับอนาคต สอดคล้องกับสภาพการณ์ และส่งเสริมให้คนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ (3) ปรับโครงสร้าง การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับนี้สอดคล้องกับ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ที่คำนึงถึงสภาพการณ์ของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศเน้นที่การพัฒนาจุดอ่อนและเพิ่มความสามารถของจุดแข็งใน อุตสาหกรรมเพื่อรักษาขีดความสามารถทางการแข่งขันและต่อยอดการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมี ตัวชี้วัดในระยะ 5 ปี (พ.ศ.2560-2564) คือ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการ ท่องเที่ยว ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี เพื่อที่จะพัฒนา รักษา ยกระดับการท่องเที่ยวไทยเพื่อให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศไทย บนพื้นฐาน ของความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันตกอยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 100 กิโลเมตร การคมนาคม มีความสะดวกรวดเร็วทั้งรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถไฟ จังหวัดราชบุรีมีชื่ออันเป็นมงคลยิ่ง หมายถึง “เมืองพระราชา”ราชบุรีเป็นเมืองเก่าแก่เมืองหนึ่งของ ประเทศไทย จากการศึกษาและขุดค้นของ นักประวัติศาสตร์ นักโบราณคดี พบว่าดินแดนแถบลุ่ม แม่น้ำแม่กลองแห่งนี้เป็น ถิ่นฐานที่อยู่อาศัยของคนหลายยุคหลายสมัย และมีความรุ่งเรืองมาตั้งแต่ อดีต มีสภาพภูมิประเทศที่บ่าลุ่มแม่น้ำแม่กลองอันอุดมไปด้วยแหล่งเพาะปลูกพืชผัก ผลไม้เศรษฐกิจ นานาชนิด สู่พื้นที่สูงทิวเทือกเขาตะนาวศรีทอดตัวยาวทางทิศตะวันตกจรดชายแดนไทย-พม่า มีอาณา เขตด้านทิศเหนือจรดจังหวัดกาญจนบุรี ทิศตะวันออกจรดจังหวัดนครปฐม สมุทรสาคร และ สมุทรสงคราม ส่วนทางทิศใต้จรดจังหวัดเพชรบุรี ด้วยหลักฐานทางโบราณคดีทั้งแหล่งประวัติศาสตร์ และโบราณวัตถุที่เคยค้นพบ ทำให้เชื่อว่าราชบุรีเป็นเมืองท่าแหล่งพบปะของพ่อค้าวานิช เป็นเมืองที่ ผู้คนทั้งจากดินแดนโพ้นทะเลและชาวพื้นเมืองอีกหลายกลุ่มที่อยู่อาศัยบริเวณชายแดนระหว่างไทยและ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาร์อพยพเข้ามาตั้งรกราก เมืองราชบุรีจึงประกอบด้วยชนหลายเชื้อชาติ และเผ่าพันธุ์อันเป็นลักษณะเด่นของจังหวัดที่สืบทอดมาแต่โบราณกาล แต่ละเชื้อชาติมีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมและประเพณีที่ทรงคุณค่า โดยแบ่งได้ 8 ชาติพันธุ์ คือ ชาวไทยพื้นถิ่นราชบุรี ชาวไทย จีนราชบุรี ชาวไทยเขมรราชบุรี ชาวไทยกระเหรี่ยงราชบุรี ชาวไทยมอญราชบุรี ชาวไทยทรงดำราชบุรี ชาวไท-ยวนราชบุรี และชาวไทยลาวเวียงราชบุรี จังหวัดราชบุรีนอกจากจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่ หลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เชิงสุขภาพ และเชิงนันทนาการที่สวยงามทำทนายการมาเยือน ของผู้คนจากทั่วทุกมุมโลก จังหวัดราชบุรียังโดดเด่นในเรื่องของ “เมืองแห่งศิลปะร่วมสมัย”โดยเห็นได้ จากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวต่างๆ อาทิเช่นโอ่งมังกรได้มีการพัฒนารูปแบบเป็นผลิตภัณฑ์เซรามิกค์ สมัยใหม่ที่มีความสวยงามแปลกตา และสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือและผ้าจกที่มี ลวดลายเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของบ้านคูบัว และบ้านดอนแร่ อำเภอเมืองราชบุรี หนึ่งใหญ่วัดขนอน

อำเภอโพธารามงานศิลป์ที่รวมเอาศิลปะหลากหลายแขนงเข้าไว้ด้วยกันทั้งลวดลายตัวหนังสือใหญ่เชิงจิตรกรรม ศิลปะการแสดงทางนาฏศิลป์ ประกอบกับดนตรีปี่พาทย์ แหล่งผลิตและจำหน่ายตุ๊กตาผ้าที่มีชื่อเสียงของอำเภอโพธาราม อีกทั้งรัฐบาลได้เห็นความสำคัญของจังหวัดราชบุรีจึงจัดให้จังหวัดราชบุรีถูกเลือกให้เป็น 1 ใน 12 เมือง ภายใต้แนวคิด “12 เมืองต้องห้าม...พลาด” เพื่อเป็นการกระจายการท่องเที่ยวจากจังหวัดใหญ่ไปสู่จังหวัดท่องเที่ยวทางเลือกที่มีเอกลักษณ์และมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว และช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีให้มีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น

อำเภอสวนผึ้งเป็น 1 ในจำนวน 10 อำเภอของจังหวัดราชบุรี และเป็น 1 ใน 3 ของโซนพื้นที่อำเภอสวนผึ้งที่ติดกับชายแดนไทย-พม่า ขนาบด้วยเทือกเขาตะนาวศรีที่เป็นพรมแดนฝั่งตะวันตก ประกอบด้วย ป่าเขา น้ำตกเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยวที่รวดเร็ว โดยได้มีการนำเอาทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชน ได้แก่ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วิถีชีวิต ผลิตผลของชุมชนมาใช้เป็นต้นทุนและปัจจัยในการท่องเที่ยวและสามารถกระจายรายได้ไปในหลายภาคส่วน เช่น ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวที่พัก การขายของที่ระลึก สินค้าชุมชน ร้านอาหาร ร้านค้าต่าง ๆ ที่มีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม สถานประกอบการธุรกิจการค้าที่หนาแน่นและเป็นแหล่งที่นักลงทุนเข้ามาลงทุน เนื่องจากอำเภอสวนผึ้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่องที่ใกล้กรุงเทพฯ และการคมนาคมค่อนข้างสะดวก ในฤดูหนาว (เดือนพฤศจิกายนถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์) จะมีอากาศหนาวเย็นเนื่องจากได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือที่พัดนำเอาความหนาวเย็นและแห้งมาปกคลุม ทำให้พื้นที่ตามเชิงเขา หุบเขาแถบอำเภอสวนผึ้ง มีอากาศหนาวถึงหนาวจัดทุกปี (สถิติอุณหภูมิต่ำที่สุดวัดได้ 9.8 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2542) นอกจากนี้จะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามทำทนายกรรมมาเยือนของผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกแล้ว ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเชิงสุขภาพ และเขื่อนหนานการ เป็นต้น ธุรกิจนสวนผึ้งขยายตัวมากขึ้นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง ทำให้ชื่อของสวนผึ้งเป็นที่รู้จักของทั้งประเทศ

จำนวนนักท่องเที่ยว	ปี 2559 (ทั้งปี)	ปี 2558 (ทั้งปี)
ไทย	721,528	606,783
ต่างชาติ	10,516	9,106
รวม	732,044	615,889
รายได้	2,818.47	2,250.87
อัตราเข้าพัก	53.16	50.50

ตารางที่ 1.1 แสดงสถิตินักท่องเที่ยวและรายได้ในอำเภอสวนผึ้งเปรียบเทียบระหว่าง ปี 2558 และ ปี 2559

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา

จากการศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยว (Tourism segment trends) ในระยะ 10 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวยังคงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงสุดสำหรับประเทศไทย ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเชิงมูลค่าอยู่ในระดับสูง สาเหตุประการหนึ่งอาจมาจากความแพร่หลายของข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ผ่านกระแสโลกสังคมออนไลน์หรือสื่อสังคมดิจิทัล ดังนั้น บ้านนาขุนแสน ซึ่งเป็นหมู่บ้านหนึ่งในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ได้มีการจัดที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) สำหรับไว้รองรับนักท่องเที่ยวโดยการรวมตัวของคนในชุมชน เพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริมของชุมชน คือไม่ได้ทำท่องเที่ยวเป็นอาชีพหลัก ให้บริการแก่แขกหรือนักท่องเที่ยวได้ด้วยความเต็มใจ พร้อมทั้งจัดที่พักและอาหาร การนำเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง โดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม การจัดกิจกรรมที่สัมผัสวัฒนธรรม หรือ Homestay จึงเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้และเข้าใจวิถีชีวิตที่เรียบง่ายพอเพียง และขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมดังกล่าวยังสามารถนำมาพัฒนาชุมชน โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วม และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทำให้คนในชุมชน ร่วมคิด ร่วมทำงานร่วมกัน สร้างความเข้มแข็งของคนในชุมชนเป็นหลัก ขณะเดียวกันคนในชุมชนเองก็ได้ประโยชน์ในแง่การรักษาและดูแลทรัพยากรของท้องถิ่น ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตดั้งเดิม กระตุ้นให้คนในท้องถิ่นรักถิ่นฐานเกิด รวมทั้งมีรายได้เสริม ซึ่งถือเป็นวิถีของการพัฒนาท้องถิ่นบนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและยั่งยืน สิ่งสำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรมคือ ความเข้มแข็งของชุมชนในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นให้ดีขึ้นและความสามารถในการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ อย่างยั่งยืนโดยมุ่งเน้นความสำคัญของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน ให้มีความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร เช่น เห็ด พืช ผัก ผลไม้

และการจำหน่ายสินค้าแปรรูปของชุมชน เช่น พริกแกง กล้วยฉาบ น้ำยาเอนกประสงค์ เครื่องจักสาน เป็นต้น จากงานวิจัยเรื่องการจัดการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Homestay) ในจังหวัดราชบุรีสู่การรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย (จิตินันท์ พงษ์คะเชนทร์ และคณะ.2557) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Homestay) ในจังหวัดราชบุรี ผลปรากฏว่า ด้านภาพลักษณ์และกายภาพ อยู่ในระดับสูง ด้านการให้บริการโฮมสเตย์ ด้านการตั้งราคา และด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง ด้านช่องทางการขายบริการโฮมสเตย์และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับต่ำ คณะผู้วิจัยได้เผยแพร่ผลการวิจัยครั้งนี้โดยการเชิญประชุมกลุ่มเป้าหมายเพื่อรับทราบผลการวิจัย ผู้นำและสมาชิกโฮมสเตย์ที่เกี่ยวข้อง ปรากฏว่าโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีความประสงค์ที่จะพัฒนาและขับเคลื่อนโฮมสเตย์เข้าสู่มาตรฐาน แต่เนื่องจากการบริหารจัดการของกลุ่มนาขุนแสนโฮมสเตย์ ยังเป็นลักษณะของการบริหารจัดการโดยชุมชน ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานที่ดีของโฮมสเตย์ ส่งผลให้การบริหารจัดการที่พักไม่ได้มาตรฐาน คณะผู้วิจัยจึงได้จัดโครงการบริการวิชาการเพื่อเป็นการเสริมสร้างความรู้ความสามารถและทักษะเพื่อให้กลุ่มโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนหลายด้าน เช่น เรื่องการจัดการโฮมสเตย์แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระหว่างวันที่ 4-5 มกราคม 2558 โครงการ Smart English เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระหว่างวันที่ 14-15 มีนาคม 2559 และโครงการ Digital SMEs ระหว่างวันที่ 7-8 เมษายน 2560 ดังนั้นการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี น่าจะช่วยให้เกิดความสอดคล้องและสัมฤทธิ์ผลในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความสำเร็จการให้บริการโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานและโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
2. เปรียบเทียบความสำเร็จการให้บริการของโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานกับโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
3. เสนอกกลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) บ้านนาขุนแสนเพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

### 3. คำถามการวิจัย

3.1 กลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์นาขุนแสนจะมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) หรือไม่อย่างไร

3.2 กลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์นาขุนแสนจะมีกลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อจะเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยหรือไม่อย่างไร

3.3 กลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์นาขุนแสนจะมีความพร้อมที่จะเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยหรือไม่อย่างไร

### 4. ขอบเขตการวิจัย

#### 4.1 ด้านเนื้อหา

ศึกษากลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรี 10 ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ประกอบด้วย 1) ด้านที่พัก 2) ด้านอาหาร 3) ด้านความปลอดภัย 4) ด้านอัธยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้าน 5) ด้านรายการนำท่องเที่ยว 6) ด้านทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม 7) ด้านวัฒนธรรม 8) ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ 9) ด้านการบริหารกลุ่มของโฮมสเตย์ และ 10) ด้านการประชาสัมพันธ์

#### 4.2 ด้านพื้นที่

การศึกษากลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี กำหนดพื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ 1) โฮมสเตย์ป่าสำเภา 2) โฮมสเตย์คุณนงคราญ 3) โฮมสเตย์วีร์รินทร์ 4) โฮมสเตย์คุณสายพิน และ 5) ริมทุ่งโฮมสเตย์ บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

#### 4.3 ด้านเวลา

การศึกษาวิจัยนี้ เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 ถึง เดือนกันยายน 2561

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้กรณีศึกษาโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานแล้วเป็น Best practices จำนวน 10 จังหวัด คือ 1) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านเกาะเกิด โฮมสเตย์ไทรน้อย และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ 2) จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ 3) จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ บ้านริมคลองโฮมสเตย์ กลุ่มโฮมสเตย์บ้านหัวหาด กลุ่มเกษตรกรเทิดไทรวมใจ โฮมสเตย์ท่าคา 4) จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ผาบุคาโฮมสเตย์ โฮมสเตย์บ้านบุไทร โฮมสเตย์บ้านปราสาท โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ 5) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านโคกเมือง 6) จังหวัดชุมพร ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านเกาะพิทักษ์ โฮมสเตย์ท้องตมใหญ่ โฮมสเตย์บ้านทอน-อม 7) จังหวัดพัทลุง ได้แก่ กฤษศิลาโฮมสเตย์ ชัยบุรีเมืองเก่าพัทลุงโฮมสเตย์ 8) จังหวัดเชียงใหม่

ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง โฮมสเตย์สันทราย โฮมสเตย์บ้านเมืองกีด ดอยปู่หมื่นโฮมสเตย์ โฮมสเตย์แม่กลางหลวง โฮมสเตย์บ้านปางแดงใน โฮมสเตย์บ้านสบวิน 9) จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ลำไทรโฮมสเตย์ 10) จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ ห้วยเขย่งโฮมสเตย์ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย 1) สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ 2) องค์กรด้านการท่องเที่ยว 3) ประชาชนซึ่งเป็นเครือข่ายการให้บริการในชุมชนโฮมสเตย์ โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

การสนทนากลุ่มย่อย (Focus group discussion) ประกอบด้วยนักวิชาการ ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ และประชาชนในชุมชนโฮมสเตย์

### วิธีการรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ประกอบด้วยวิธีการดังนี้

1. การค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การให้บริการการท่องเที่ยว
2. การรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยต้องการเข้าไปในพื้นที่เพื่อพูดคุย สังเกตพฤติกรรมและการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ชุมชน ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลเชิงประจักษ์
3. สัมภาษณ์เชิงลึกประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ปลายเปิด ซึ่งประกอบด้วย 1) สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ 2) องค์กรด้านการท่องเที่ยว 3) ผู้นำชุมชน 4) เครือข่ายหรือผู้ให้การสนับสนุนโฮมสเตย์
4. สนทนากลุ่ม (Fucus group discussion) ผู้เข้าร่วมสนทนาประกอบด้วย นักวิชาการ ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ และประชาชนในชุมชนโฮมสเตย์ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างกลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคั้งนี้ประกอบด้วย

1. แบบสอบถาม เป็นประเด็นคำถามตามตัวชี้วัดการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ ประกอบด้วย ที่พัก อาหาร ความปลอดภัย อัยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก รายการนำเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน การบริการของกลุ่มโฮมสเตย์ และการประชาสัมพันธ์
2. แบบแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด (Opened-Ends Interview) สำหรับผู้ประกอบการ

โฮมสเตย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานแล้ว เป็นประเด็นคำถามที่เน้นเรื่องเหตุผลหรือแรงบันดาลใจที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มโฮมสเตย์ เสี่ยงสะท้อนกลับของคนในชุมชน และปัจจัยที่ทำให้การบริการโฮมสเตย์สู่ความสำเร็จสามารถผ่านการรับรองได้

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content analysis) ซึ่งได้จากการรวบรวมจากการศึกษาเอกสาร (Document research) นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ภาคสนามทำการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปตอบตามวัตถุประสงค์ และทำการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้รับมานั้นครอบคลุมในประเด็นในเรื่องที่ต้องการศึกษา จากนั้นจึงทำการสร้างแบบสอบถามโดยเชิญนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ร่วมประชุมให้ความคิดเห็น แนะนำ ปรับปรุงและตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม แล้วจึงนำแบบสอบถามลงสนามเก็บข้อมูลต่อไป

ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติร้อยละ (%) และค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) การจัดอันดับ (Ranking) Correlation Analysis และ Discriminant Analysis รวมถึงการพัฒนาตัวชี้วัดที่สามารถบ่งบอกถึง “ระดับมาตรฐาน” ในแต่ละมิติของคุณภาพ Home stay

สถิติที่ใช้ประมวลระดับระดับความพร้อมการให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Home stay) นานาชาติเพื่อเข้าสู่มาตรฐานไทยใช้การจัดอันดับ (Ranking) สร้างดัชนีและตัวชี้วัดการให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมและเปรียบเทียบการให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมโดยวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดใช้สถิติ Correlation analysis การวิเคราะห์กลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานไทยใช้สถิติ (Ranking) ร้อยละ และการสังเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญโดยใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง กระบวนการกลุ่ม (Focus group discussion) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

## 5. ประโยชน์ที่ได้รับ

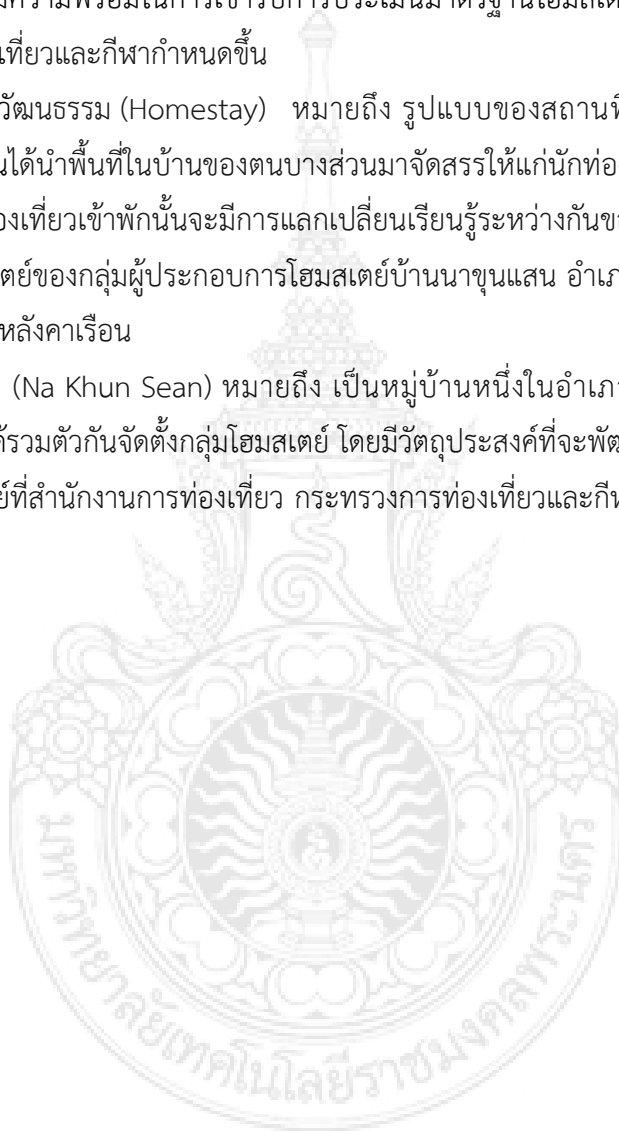
1. ทราบถึงระดับความพร้อมการให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) นานาชาติ
  2. ชุมชนโฮมสเตย์นานาชาติมีศักยภาพในการพัฒนาการให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย
  3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรีเพื่อทราบและสามารถนำกลยุทธ์ที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนากลุ่มผู้ให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) อื่นต่อไป
- ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 – เดือนกันยายน 2561

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง กระบวนการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้นเพื่อการปรับปรุง การเปลี่ยนแปลง การพัฒนา การรักษา การจัดทำ การสร้าง การออกแบบ การส่งเสริม การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายให้มีความพร้อมในการเข้ารับการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ที่สำนักงานการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กำหนดขึ้น

ที่พักสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) หมายถึง รูปแบบของสถานที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชาวบ้านในท้องถิ่นได้นำพื้นที่ในบ้านของตนบางส่วนมาจัดสรรให้แก่นักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนได้ ซึ่งระหว่างที่นักท่องเที่ยวเข้าพักนั้นจะมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันของนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน ในที่นี้ ที่พักโฮมสเตย์ของกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 5 หลังคาเรือน

นาขุนแสน (Na Khun Sean) หมายถึง เป็นหมู่บ้านหนึ่งในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ที่ชุมชนในท้องถิ่นได้รวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มโฮมสเตย์ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ที่สำนักงานการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กำหนดขึ้น





## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริการ
3. การประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย
4. ปัจจัยในการบริหารโฮมสเตย์สู่ความสำเร็จ
5. ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี
6. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มีรายละเอียดต่อไปนี้

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay)

ประเทศไทยได้รับการขนานนามจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปว่าเป็นแหล่งพักผ่อนเพื่อสัมผัสธรรมชาติ หาดทรายและแสงแดด เนื่องจากมีภูมิอากาศเขตร้อนชื้นและมีสถานที่พักผ่อนจำนวนมากทั่วทุกภาคของไทย นอกจากนี้ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังมีสถานที่พักผ่อนท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงผ่านการเรียนรู้ทางการท่องเที่ยวโดยใช้ชีวิตร่วมกับชาวบ้านอย่างแท้จริง เช่น นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวและมาสัมผัสกับวิถีชีวิตของการเป็นชาวนา ได้มีโอกาสที่ร่วมทำนากับชาวบ้านที่ยังคงรักษาชีวิตความเป็นอยู่ที่เรียบง่าย หรือการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสมาพักโฮมสเตย์ในชุมชนพร้อมกับได้เรียนรู้วิถี การประกอบอาหารท้องถิ่น เรียนรู้วิถีการทำขนมไทย การท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่มีจุดมุ่งหมายในการค้นพบรูปแบบวิถีชีวิตเพื่อตอบสนองความไม่สิ้นสุดของตนเอง หากท้องถิ่นรู้จักใช้ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่มาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวให้มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนอีกครั้ง

Collier and Harraway (1997) มีความเห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ หรือ “3As” คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เกิดจากการที่มีสถานที่ (Site) หรือเหตุการณ์ (Events)

สถานที่อาจเกิดธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างขึ้นเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) เช่น ระบบการขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เพราะจะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) จำเป็นที่จะต้องมีการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วย เส้นทาง ยานพาหนะ สถานีและผู้ประกอบการขนส่ง เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

แม้ว่าประเทศไทยจะมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจซึ่งเป็นต้นทุนและศักยภาพให้นักท่องเที่ยวมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวและทำกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย แต่ก็ยังไม่สามารถกระจายทั้งการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศไทยได้อย่างทั่วถึง เนื่องจากต้องอาศัยความพร้อมของเจ้าของพื้นที่เจ้าของกิจกรรมและการรับรู้ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เป็นสำคัญ นอกจากนี้ประเทศไทยยังเผชิญกับปัญหาของผลกระทบจากการท่องเที่ยวในทางลบ เช่น เซ็กส์ทัวร์ ทัวร์ศูนย์เหรียญ ที่ก่อให้เกิดปัญหาทางสังคม เศรษฐกิจและศีลธรรม เป็นต้น

#### ลักษณะของการท่องเที่ยว

Swarbook (1999) ได้แบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 11 รูปแบบดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยียนเพื่อและญาติพี่น้อง (Visiting friend and relatives) การท่องเที่ยวลักษณะนี้ถือได้ว่าเป็นรูปแบบที่รู้จักกันดี และมีความแพร่หลายอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวประเภทนี้ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นมากกว่าในอดีตอันเนื่องมาจากสาเหตุต่างๆ หลายประการด้วยกัน สาเหตุที่เป็นตัวกระตุ้นการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวประเภทนี้ได้แก่

1.1 การที่บุคคลมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น (Increase of leisure time) ในปัจจุบันคนในสังคมสมัยใหม่ โดยเฉพาะในสังคมตะวันตกหรือสังคมอุตสาหกรรม ให้ความสำคัญกับการมีเวลาว่างมากขึ้น ในแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์บุคคลพยายามสร้างความสมดุลระหว่างการใช้เวลาเพื่อการทำงานและการใช้เวลาเพื่อการพักผ่อน แนวคิดและทัศนคติของคนในสังคมปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนแปลงจากการใช้เวลาเพื่อการทำงานมาเป็นการให้ความสำคัญกับการพักผ่อนและการมีเวลาว่างเพื่อทำอย่างอื่นเพิ่มขึ้น ตัวอย่าง ในประเทศสหรัฐอเมริกาประชาชนเริ่มมีทัศนคติที่เปลี่ยนแปลงไปจาก “มีชีวิตอยู่เพื่อทำงาน” มาเป็น “การทำงานเพื่อมีชีวิตอยู่” ด้วยเหตุนี้จึงทำให้คนมีเวลาว่างมากขึ้นและมีความปรารถนาที่จะทำกิจกรรมต่างๆ ในช่วงเวลาว่าง อันรวมไปถึงการท่องเที่ยว

1.2 การปรับปรุงระบบการคมนาคมขนส่ง (Improvement of transport system) ปัจจัยดังกล่าวนี้เป็นสิ่งสำคัญต่อการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวแบบเยี่ยมเยือนเพื่อนและญาติที่น้อยไปกว่าปัจจัยแรก จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ระบบการคมนาคมขนส่งมีการปรับปรุงในหลายรูปแบบ การสร้างและปรับปรุงถนนหนทางตลอดจนเส้นทางคมนาคมประเภทอื่น ๆ จำนวนความยาวของถนนและทางรถไฟเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับการขยายเส้นทางการบินทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การเพิ่มขึ้นของการคมนาคมในรูปแบบใหม่ๆ เช่น ช่วยเพิ่มเครือข่ายของการเดินทางให้สะดวกและง่ายขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางกลับไปเยี่ยมเพื่อนหรือญาติที่น้อยได้สะดวกยิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้แตกต่างจากการท่องเที่ยวประเภทอื่นตรงที่นักท่องเที่ยวอาจจะพักอยู่กับเพื่อนหรือญาติที่น้อยแทนที่จะพักในโรงแรม ทำให้นักท่องเที่ยวประเภทนี้ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในต่างประเทศ

1.3 การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จากการปรับปรุงระบบเศรษฐกิจในหลายๆ ประเทศ ก่อให้เกิดความกินดีอยู่ดีของประชาชนในส่วนต่างๆ ของโลก การที่ประชาชนมีความมั่งคั่งทำให้มีโอกาสและมีความสามารถในการรับรองเพื่อนและญาติที่น้อยที่มาเยี่ยมเยือนได้ เช่น การมีห้องว่างในบ้านสำหรับการรับแขกที่มาเยือน ตลอดจนความสามารถในการดูแลผู้มาเยือนในรูปแบบต่างๆ ได้มากขึ้น

2. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางเพื่อธุรกิจ การท่องเที่ยวลักษณะนี้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ทั้งนี้หลังจากสงครามโลกสงบลงทำให้ผู้คนกลับมาสู่การทำมาหากินและปรับปรุงเศรษฐกิจในประเทศของตน การค้าขายและธุรกิจต่างๆ ขยายตัวขึ้นนำมาสู่ความจำเป็นในการเดินทางเพื่อทำธุรกิจทั้งในและระหว่างประเทศ เมื่อนักธุรกิจเดินทางไปยังสถานที่แห่งหนึ่งในเรื่องธุรกิจ เขาอาจเดินทางพร้อมกับครอบครัวและใช้เวลาว่างหลังจากการทำธุรกิจเพื่อการพักผ่อนระยะหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวในสถานที่ที่เขาเดินทางได้หรือบริเวณใกล้เคียง การท่องเที่ยวลักษณะนี้ได้รับแรงกระตุ้นจากหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น ความก้าวหน้าของการคมนาคมขนส่ง การเพิ่มขึ้นของเศรษฐกิจระบบโลก การเติบโตของกลุ่มการค้าระหว่างประเทศในภูมิภาคต่างๆ ของโลก เป็นต้น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้จ่ายเงินระหว่างเดินทางค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ด้วยเหตุที่นักท่องเที่ยวได้รับค่าใช้จ่ายจากบริษัทที่สังกัดในระหว่างการเดินทางทำให้เขาสามารถใช้จ่ายเงินได้มาก การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจยังครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวแบบเจาะใจซึ่งหมายถึง การที่บุคคลได้รับรางวัลในรูปแบบเก็ททัวร์จากบริษัทเป็นสิ่งตอบแทนหรือเป็นสิ่งที่มุ่งใจในการทำงาน การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในรูปแบบนี้ได้รับความนิยมและเติบโตอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน

3. การท่องเที่ยวแบบอิงศาสนา (Religious tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายที่มุ่งไปที่จิตใจ หรือเพื่อความสงบในจิตใจ เริ่มแรกทีเดียวผู้เดินทางท่องเที่ยวแบบอิงศาสนาหรือเดินทางเพื่อการไป จาริกแสวงบุญ หรือเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ มีจำนวนไม่มากนักและมักจะเป็นชนชั้นสูง แต่ ต่อมาได้พัฒนาสู่การเดินทางโดยคนจำนวนมากในปัจจุบัน เช่น การเดินทางไปนครเมกกะในประเทศ ซาอุดีอาระเบีย การท่องเที่ยวแบบนี้มี ความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เช่น ผู้เดินทางไป ทำบุญ 9 วัด ซึ่งเป็นที่นิยมในประเทศไทยในปัจจุบันนี้ อาจเดินทางไปเยี่ยมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ใน เส้นทางที่ไปทำบุญซึ่งเป็นรูปแบบของการเดินทางเพื่อความสำราญใจด้วย

4. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health tourism) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ได้รับ ความนิยม ในช่วงศตวรรษที่ 16 และ 17 ในระยะแรกการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้ความสำคัญกับสิ่งที่เกิดขึ้นตาม ธรรมชาติ ได้แก่ น้ำแร่ บ่อน้ำร้อน การเดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อหลบหนี อากาศที่หนาวเย็นในช่วงฤดูหนาวหลบหนีอากาศที่หนาวเย็นในช่วงฤดูหนาวหลบหนีอากาศที่หนาวเย็น ในช่วงฤดูหนาวมายังพื้นที่ที่อบอุ่นกว่า อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในระยะปัจจุบันได้ เปลี่ยนแปลงลักษณะการท่องเที่ยวจนเปลี่ยนแปลงลักษณะการท่องเที่ยวมาเป็นการท่องเที่ยวมาเป็นการ ท่องเที่ยวมาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อบำบัดโรคร้ายไข้เจ็บหรือเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ

5. การท่องเที่ยวแบบสวัสดิการ (Social tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นไม่นานมานี้ การ ท่องเที่ยวรูปแบบนี้ได้ถูกนิยามไว้ในบริบทของประเทศในแถบสแกนดิเนเวียว่า “ทุกๆ คนควรมีโอกาส เดินทางเพื่อการพักผ่อนโดยไม่ถูกจำกัดจากสภาพทางเศรษฐกิจหรือสังคม” แนวคิดของการเดินทาง ท่องเที่ยวแบบนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งรัฐควรชดเชยโอกาสดังกล่าวให้แก่ ประชาชนผู้ด้อยโอกาส ซึ่งมุ่งไปที่กลุ่มผู้พิการ มารดาซึ่งเลี้ยงดูบุตรแต่โดยลำพัง ชนกลุ่มน้อยต่างๆ

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้หรือ เพื่อเผชิญโลก (see the world) ในยุคต้นๆ ของการเดินทางเพื่อการเรียนรู้หรือเพื่อการศึกษา คือการ เดินทางที่เรียกว่า “Gand tour” และต่อมาจนถึงปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวเพื่อ การศึกษาในหลากหลายรูปแบบ เช่น การเดินทางในโครงการนักเรียนแลกเปลี่ยน หรือโครงการซึ่งเป็นที่ รู้จักกันดีสำหรับนักศึกษาในมหาวิทยาลัยในยุโรปว่า “Erasmus program” การเดินทางเพื่อ การศึกษาหาความรู้ในเรื่องที่สนใจเป็นพิเศษหรือหลักสูตรการศึกษาอบรมระยะสั้น การเดินทางไป ต่างประเทศในรูปแบบของแคมป์ฤดูร้อน การเยี่ยมชมหรือทัศนศึกษาสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั้งในและ ต่างประเทศ

7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมของถิ่นอื่น และการเยี่ยมชมสถานที่สำคัญที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ตัวอย่างการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น

การได้สัมผัสลิ้มลองอาหารและเครื่องดื่มพื้นเมืองท้องถิ่น การชมกีฬาพื้นเมือง หรือการเข้าร่วมในกิจกรรมยามว่างของท้องถิ่น การเยี่ยมชมแหล่งเพาะปลูกของชาวพื้นเมืองและศูนย์หัตถกรรมต่างๆ

8. การท่องเที่ยวแบบชมทิวทัศน์ (Scenic tourism) การท่องเที่ยวแบบนี้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงศตวรรษที่ 19 เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมธรรมชาติ เช่น ภูเขา แม่น้ำ ทะเล ทะเลสาบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังอาจเป็นการเยี่ยมชมภูมิทัศน์ในเขตเมือง เช่น การชมพุมิทัศน์อาคารบ้านเรือนของลอนดอน หรือเมืองใหญ่ๆ ของโลกอื่นๆ

9. การท่องเที่ยวแบบแสวงหาความสำราญ (Hedonistic tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาการพักผ่อนหย่อนใจในรูปแบบต่างๆ เช่น แสงแดด ทะเล และหาดทราย และอาจรวมถึงเซ็กส์

10. การท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมหรือทำกิจกรรม (Activity tourism) เป็นการท่องเที่ยวซึ่งเพิ่งเริ่มพัฒนาเมื่อเร็วๆ นี้ แต่เติบโตอย่างรวดเร็ว การท่องเที่ยวประเภทนี้เกิดจากความปรารถนาที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ตัวอย่างเช่น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ซึ่งรวมถึงการเดินป่า การขี่จักรยานหรือยานยนต์อื่นทั้งทางบกและทางน้ำ

11. การท่องเที่ยวแบบมุ่งความสนใจพิเศษ (Special Interest tourism) การท่องเที่ยวแบบนี้อาจเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวหรือเป็นกิจกรรมของการท่องเที่ยวก็ได้ นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำในสิ่งที่ตนสนใจเป็นพิเศษ เช่น การดูนก ตกปลา การวาดรูป การปรุงอาหาร การดื่มด่ำกับอาหารอร่อยๆ การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์หรือการร่วมในเทศกาลดนตรีต่างๆ

#### รูปแบบของนักท่องเที่ยว (Typologies)

นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้กำหนดรูปแบบของนักท่องเที่ยวตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทางออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) นักท่องเที่ยว (tourists) คือบุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว และ 2) นักเดินทาง (travelers) คือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Perreault และ Dorden (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget travelers) โดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือท่องเที่ยวที่ใช้ค่าใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวแบบชอบผจญภัย (Adventurous travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดี และมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กๆ ซึ่งมักจะใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหนอย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้นแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจกับการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The diversion tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมนความจำในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The experiential tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสวิสเซอร์แลนด์ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสวิสเซอร์แลนด์

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The experimental tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิต ความ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The existential tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน เช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการ

เมื่อโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทยปรับเปลี่ยนเข้าสู่การเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (Newly Industrialized Countries – NICs) ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและระบบข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้ส่งผลให้ระบบการบริการ (Services) ขยายตัวมากขึ้นและมีแนวโน้มเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสภาพความเป็นอยู่และมาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น ประชาชนได้รับการศึกษาและมีรายได้สูงขึ้น ความต้องการบริการประเภทต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้กับชีวิตจึงมีเพิ่มขึ้น จึงเห็นได้ว่าอาชีพบริการนับวันจะมีความหลากหลายและสำคัญมากยิ่งขึ้น ดังนั้นการให้บริการ

ที่ดีและมีคุณภาพเกิดจากตัวบุคคลซึ่งต้องอาศัยเทคนิค กลยุทธ์ ทักษะและความแนบเนียนต่าง ๆ ที่จะทำให้ชนะใจผู้รับบริการ จึงถือได้ว่าการบริการ มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้รับบริการที่จะช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต ทำให้ผู้รับบริการเกิดการรับรู้และเข้าใจลักษณะของงานบริการว่าเป็นงานหนักที่จะต้องพบกับคนจำนวนมาก และตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้รับบริการอยู่ตลอดเวลา และทำให้ตระหนักถึงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของผู้ใช้บริการ ในกระบวนการบริการในฐานะที่เป็นผู้แสดงเจตนาในการรับบริการ ผู้รับบริการควรมีมารยาทที่ดีและใช้คำพูดที่ชัดเจน เข้าใจง่ายในการระบุความต้องการการบริการ เมื่อผู้ให้บริการเข้าใจและสนองการบริการที่ถูกต้อง ผู้รับบริการก็จะเกิดความรู้สึกและมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ ในด้านผู้ประกอบการหรือผู้บริหารงานบริการจะช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ ช่วยลดการเปลี่ยนใจของผู้รับบริการไปจากธุรกิจ ช่วยรักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจ ในส่วนของผู้ปฏิบัติงาน งานบริการช่วยให้มีอาชีพและรายได้ ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขาย ทำให้เกิดการรับรู้เป้าหมายของการให้บริการที่ถูกต้อง ทำให้ตระหนักถึงบทบาทและพฤติกรรมของการบริการที่ผู้ปฏิบัติงานบริการพึงปฏิบัติ ซึ่งเป็นภาพลักษณ์เบื้องต้นของการบริการ และทำให้รู้จักสำรวจความต้องการหรือความคาดหวัง รู้จักวิเคราะห์ความต้องการของผู้รับบริการและคุณลักษณะของการบริการที่สร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการ รวมทั้งการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า สามารถวิเคราะห์ปัญหาข้อบกพร่อง และแนวโน้มของการบริการเพื่อการปรับปรุงแก้ไข กำหนดทิศทางของการบริการที่ผู้รับบริการต้องการได้ ซึ่งการบริการ (Services) มีความหมายแต่ละตัวอักษรดังนี้

S = Service concept เป็นแนวคิดรวบยอดในการบริการ และการสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction)

ให้ผู้มาติดต่อหรือมาขอใช้บริการและรับบริการ

E = Enthusiasm ความกระตือรือร้น หมายถึง พนักงานทุกคนต้องมีความกระตือรือร้นพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดเวลา

R = Readiness, Rapidness คือ ความพร้อมและความรวดเร็ว หมายถึงมีความพร้อมอยู่ตลอดเวลา และมีความรวดเร็วฉับพลัน ทันใจ ทันเวลา

V = Values คือ ความมีคุณค่า หมายถึง การทำทุกวิถีทางให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกประทับใจ ตลอดทั้งความมีคุณค่าไปจากการรับบริการ

I = Interesting, Impression คือความสนใจและความประทับใจ หมายถึง การให้ความสนใจอย่างจริงจังต่อลูกค้า และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าทุกระดับ

C = Cleanliness, Corrective, Courtesy คือ ความสะอาด ความถูกต้อง และความมีไมตรีจิต สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนประกอบของการขาย สถานที่ต้อนรับลูกค้าควรมีความสะอาด และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเรื่องความถูกต้องและมีไมตรีจิตต่อลูกค้า ให้การต้อนรับด้วยใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใส

E = Endurance คือความอดทนและการรู้จักควบคุมอารมณ์

S = Sincerity คือความจริงใจและการยิ้มแย้มแจ่มใส

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของบริการ (Services) ว่า การบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สนองความต้องการแก่ลูกค้า เช่น โรงภาพยนตร์ โรงพยาบาล โรงแรม ตามความหมายดังกล่าว ทำให้สามารถอธิบายลักษณะของการบริการได้ 4 ประเภท ดังนี้

1. ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) คือ บริการที่ไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ เช่น คนไข้ไปหาจิตแพทย์ไม่สามารถบอกได้ว่าตนจะได้รับบริการในรูปแบบใดเป็นการล่วงหน้า ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ ผู้ซื้อต้องพยายามวางกฎเกณฑ์เกี่ยวกับคุณภาพและประโยชน์จากบริการที่เขาจะได้รับ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการซื้อ ในแง่ของสถานที่ ตัวบุคคล เครื่องมือ วัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร สัญลักษณ์ และราคา สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาเพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถทำการตัดสินใจซื้อได้เร็วขึ้น

2. ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายหนึ่งรายสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัว ไม่สามารถให้คนอื่นบริการแทนได้ เพราะต้องผลิตและบริโภคในขณะเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดของเวลา

3. ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของการบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าผู้ให้บริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อใด ที่ไหนและอย่างไร ดังนั้น ผู้ใช้บริการจะต้องรู้ถึงความไม่แน่นอนในบริการ และสอบถามผู้อื่นก่อนที่จะเลือกรับบริการ ในแง่ผู้ให้บริการจะต้องมีการควบคุมคุณภาพซึ่งทำได้ 2 ขั้นตอน

3.1 ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการ รวมทั้งมนุษยสัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ ต้องเน้นในด้านการฝึกอบรมการให้บริการที่ดี

3.2 จะต้องสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้า และการเปรียบเทียบทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

4. ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) การบริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่น ถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะมีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอน จะทำให้เกิดปัญหา คือบริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า

ธุรกิจให้บริการ เป็นธุรกิจที่มีได้ทำหน้าที่การผลิตสินค้า แต่ทำหน้าที่ให้บริการ ธุรกิจประเภทนี้



จัดเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ จนเรียกว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการ เนื่องจากมีการลงทุนจำนวนมาก ใช้แรงงานในปริมาณที่มากขึ้นและสร้างรายได้ให้แก่สังคมมหาศาล อุตสาหกรรมบริการที่ทำรายได้สูงสุดให้กับประเทศไทยในขณะนี้คืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ปัจจุบันการให้บริการสามารถกระทำได้ทั้งก่อนและในระหว่างการเดินทางหรือภายหลังจากติดต่อ การบริการที่ดีจะเป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ติดต่อกับองค์กรธุรกิจเกิดความเชื่อถือศรัทธา และการสร้างภาพลักษณ์ซึ่งจะมีผลในการบริการครั้งต่อไปในอนาคต ดังนั้นผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงานด้านบริการจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการเพื่อ :-

1. เพื่อให้เข้าใจและยอมรับธรรมชาติของมนุษย์ ในด้านความต้องการส่วนบุคคลและความแตกต่างระหว่างบุคคล
2. เพื่อประยุกต์ใช้หลักการและแนวคิดทางจิตวิทยาพฤติกรรมผู้ บริโภค และการตลาดในการจัดการระบบการบริการ การปฏิบัติงานบริการ รวมทั้งการประเมินผลการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ให้เข้าใจบทบาทความรับผิดชอบและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสมในกระบวนการบริการ
4. เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริการ ด้วยกลยุทธ์การบริการที่สร้างความประทับใจและมีคุณธรรม
5. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระบบการบริการ รวมทั้งปัญหาข้อบกพร่องของการปฏิบัติงานบริการในอันที่จะปรับปรุงหรือแก้ไขให้การบริการดำเนินไปด้วยดี
6. เพื่อตระหนักถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงการบริการในอนาคตในส่วนที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย รูปแบบ และคุณภาพของการบริการที่สังคมต้องการ

ด้วยเหตุที่การบริการของแต่ละธุรกิจมีความหลากหลาย การบริการจึงมีความแตกต่างกันในแต่ละธุรกิจโดยสิ้นเชิง จึงเป็นเรื่องยากที่จะกำหนดนิยามคำว่าบริการขึ้นมาให้ชัดเจน ความหมายหนึ่งของคำว่า บริการ คือสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อส่งมอบให้กับลูกค้า จึงเป็นความยากในการกำหนดเนื้อหาของบริการออกเป็นขึ้นเป็นอันให้เข้าใจได้อย่างชัดเจน การบริการจะดีหรือไม่ดีต่อผู้มารับบริการนั้น ยังขึ้นอยู่กับความคาดหวังของผู้รับบริการ และในการสร้างธุรกิจองค์กรทุกชนิดต้องรักษาความพึงพอใจของผู้รับบริการให้อยู่ตลอดจึงกล่าวได้ว่า

การบริการหมายถึง การกระทำหรือการดำเนินการใดที่เป็นการเสนอบางสิ่งบางอย่างของฝ่ายหนึ่งเสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่ง ถึงแม้โดยกระบวนการระบุไว้ชัดเจนว่าเป็นการส่งมอบสิ่งที่ไม่ใช้วัตถุทั้งการดำเนินการที่จับต้องไม่ได้ และผลลัพธ์ที่ได้จากการเป็นเจ้าของบริการขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตด้วย

การบริการหมายถึง กิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่นและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากผลของการกระทำนั้น ซึ่งการบริการที่ดีจะเป็นการกระทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจต่อสิ่งที่ได้รับในเวลาเดียวกัน

จากความหมายข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า

การบริการ เป็นกิจกรรมและการปฏิบัติที่ผู้ให้บริการจัดทำขึ้นและส่งมอบสู่ผู้รับบริการเพื่อสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการอย่างทันทีทันใด ลักษณะของการบริการมีทั้งไม่มีรูปร่างหรือตัวตน จับสัมผัสแต่ต้องได้ยากและเป็นสิ่งที่เสื่อมสลายได้ง่าย

ธุรกิจโฮมสเตย์เป็นธุรกิจบริการท่องเที่ยวที่ผู้เป็นเจ้าของบ้านเปิดบ้านให้กับนักท่องเที่ยวเข้าพักโดยที่เจ้าของบ้านอาจพักอยู่ด้วยขณะที่นักท่องเที่ยวพักอยู่หรือไม่ก็ได้ ซึ่งเจ้าของบ้านต้องมีความพร้อมที่จะให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ประดุจเป็นเจ้าของบ้านที่ดี การให้บริการหรือต้อนรับบุคคลที่เราไม่เคยรู้จักมาก่อนนั้นต้องมีการเตรียมการบริการดังนี้

การเตรียมคนและการบริการในบ้าน

เจ้าของบ้านจะต้องมีการเตรียมคนที่จะคอยบริการลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่มีความรู้รอบตัวในพื้นที่นั้น ๆ เพื่อพูดคุย หรือให้ความรู้และตอบข้อซักถาม ถ้าในกรณีที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเป็นชาวต่างชาติควรจัดเตรียมคนที่สามารถสื่อสารภาษาได้อย่างน้อยหนึ่งคน เพื่อทำหน้าที่เป็นล่ามภายในบ้าน แต่การพูดคุยก็ต้องดูความเหมาะสมด้วย เพราะบางครั้งนักท่องเที่ยวอาจต้องการความเป็นส่วนตัวบ้าง การพูดคุยในเวลาที่ไม่เหมาะสมอาจเป็นการสร้างความรำคาญให้กับนักท่องเที่ยวได้ ส่วนในกรณีที่นักท่องเที่ยวต้องเสียเงินมากกว่าค่าใช้จ่ายพื้นฐานที่กำหนดไว้ เจ้าของบ้านควรชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบเพื่อที่เขาตัดสินใจด้วยตัวเองว่ายินดีที่จะเสียค่าใช้จ่ายส่วนนี้หรือไม่ ส่วนการจัดสรรหน้าที่ที่เจ้าของบ้านก็ควรมี การจัดสรรหน้าที่ที่รับผิดชอบของแต่ละคนให้ชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดความสับสน เช่นหน้าที่จัดเตรียมสถานที่ หน้าที่ทำอาหาร หรือหน้าที่นำเที่ยว เป็นต้น

การเตรียมเพื่อนบ้านและผู้ให้บริการอื่น ๆ ในชุมชน

การให้บริการในธุรกิจโฮมสเตย์ไม่เพียงแต่เป็นการให้บริการในบ้านเท่านั้น ยังรวมไปถึงการบริการของชุมชนหรือท้องถิ่นนั้น ๆ ด้วย ผู้เป็นเจ้าของบ้านนอกจากจะต้องจัดเตรียมสถานที่ภายในบ้านแล้ว ยังต้องมีการบอกกล่าว แจ้งให้ทราบหรือประสานงานกับท้องถิ่นหรือให้เพื่อนบ้านทราบเพื่อช่วยกันอำนวยความสะดวกและดูแลความปลอดภัย รวมถึงการให้บริการในรูปแบบอื่น ๆ ด้วย เช่น บริการนำเที่ยวสถานที่ชุมชนที่น่าสนใจ การเช่าอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการท่องเที่ยว เช่น การเช่าจักรยาน การเช่าเรือ ควรมีการกำหนดราคาที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน แผนที่การเดินทาง ก็ควรจัดทำให้

ชัดเจนและง่ายต่อการทำความเข้าใจ และสามารถใช้ได้จริง ธุรกิจแบบโฮมสเตย์เป็นธุรกิจที่ต้องใกล้ชิดกับลูกค้ามากที่สุดธุรกิจหนึ่ง เพราะลูกค้าจะต้องอยู่กับเราตั้งแต่ตื่นเช้าขึ้นมาจนกระทั่งเข้านอน ฉะนั้นเจ้าของบ้านจึงต้องคำนึงถึงบทบาทของการเป็นเจ้าของบ้านที่ดีเป็นสิ่งสำคัญ ความเป็นมิตรไมตรี และยิ้มแย้มแจ่มใส จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีก ผู้เป็นเจ้าของชุมชนในฐานะเป็นเจ้าของบ้านที่ดี จะต้องมียุทธศาสตร์ต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. รู้ข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ กว้างขวาง ข่าวสารและข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ ถูกต้องและชัดเจน
    - 1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รู้เรื่องท้องถิ่นของเราประจวบคัมคเทศก์ที่ดี
    - 1.2 รู้เรื่องการติดต่อประสานงาน กรณีนักท่องเที่ยวได้รับอุบัติเหตุ เจ็บป่วย ผูกเงิน ต้องแหล่งที่จะแจ้งเพื่อขอความช่วยเหลือ เบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน
    - 1.3 รอบรู้ข่าวสารบ้านเมือง รู้เรื่องเบ็ดเตล็ดรอบตัวเราที่จะพูดคุยกับนักท่องเที่ยวได้
  2. แนะนำและตักเตือนในสิ่งที่ควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติ ข้อนี้ส่วนใหญ่เป็นเรื่องวัฒนธรรมจารีตประเพณี ความเชื่อในท้องถิ่น เมื่อพบเห็นว่านักท่องเที่ยวทำผิดแบบแผน ระเบียบการควรเข้าไปแนะนำว่าไม่ควรปฏิบัติ เช่น การสวมรองเท้าเข้าไปในบ้าน ในศาสนสถาน การแต่งการเข้าไปในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งที่มีระเบียบกำหนดไว้บางกรณี หรือบางสิ่งบางอย่างอาจเกิดความไม่ปลอดภัย ทั้งอาหารการกินและการเดินทาง เมื่อเราทราบก็ควรแนะนำให้นักท่องเที่ยวทราบด้วย เช่น อาหารบางประเภท ยาเสพติด พาหนะเดินทาง การเดินทางเข้าไปเที่ยวชมควรติดต่อผู้ใด หน่วยงานใด เป็นต้น
  3. รู้วิธีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น กรณีที่มีเหตุฉุกเฉินนักท่องเที่ยวได้รับการบาดเจ็บ อาจจำเป็นต้องให้การรักษาพยาบาลเบื้องต้น กรณีที่ถูกพิษและสัตว์ที่เป็นอันตราย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเดินป่าถูกแมลงสัตว์กัดต่อย การเล่นน้ำทะเลถูกพิษกระพุนไฟ ปะการังไฟ หรือถูกกระแสน้ำจมน้ำ บางกรณีอาจเจ็บป่วยกะทันหัน เช่น เป็นลม เป็นลมบ้าหมู เมื่อได้พบเห็นแล้วเราสามารถให้การปฐมพยาบาลและช่วยเหลือในขั้นต้นได้ การเป็นเจ้าของบ้านที่ดีต้อนรับนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยือนท้องถิ่นเราให้ได้รับความปลอดภัย ได้รับความสะดวก ได้รับความยุติธรรมต่อการซื้อสินค้าต่าง ๆ เขาย่อมได้รับความประทับใจและอยากเดินทางมาเยี่ยมเยือนมาใช้บริการอีก
- ดังนั้น เมื่อกลุ่มโฮมสเตย์มีโอกาสให้การต้อนรับ การบริการเพื่อการพักผ่อนโฮมสเตย์ ควรมีมาตรฐานของการบริการ ซึ่งผู้นำในท้องถิ่น เช่น องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น คณะกรรมการบริหารเทศบาล คณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ก็ดี ต้องสังเกตและทราบข้อมูลเสี่ยงสะท้อนกลับว่าเป็นการบริการอย่างไร หากบุคลากรในพื้นที่ยังบริการไม่ได้มาตรฐานแล้ว นับเป็นภาระกิจที่

หน่วยงานนั้นจะต้องเป็นแกนนำต่อการพัฒนา เช่น การฝึกอบรม การดูงาน การส่งไปฝึกงาน เป็นต้น เพื่อให้บุคลากรเหล่านั้นสามารถนำความรู้ไปพัฒนาบริการได้อย่างมีมาตรฐานต่อไป

### 3. การประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ความหมายโฮมสเตย์ (Homestay)

โฮมสเตย์ (Homestay) หมายถึง การท่องเที่ยวในรูปแบบหนึ่ง ที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักร่วมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน โดยมีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวได้พักชั่วคราว ซึ่งมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง มีผู้พักรวมกันไม่เกิน 20 คนโดยมีค่าตอบแทนและจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม ซึ่งเป็นไปตามบทนิยามคำว่า “โรงแรม” แห่งพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และได้ขึ้นทะเบียนกับกรมการท่องเที่ยว ตามหลักเกณฑ์ที่กรมการท่องเที่ยวกำหนด

#### กรอบคิดในการจัดทำ Homestay

1. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
2. การพัฒนาสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม และจิตวิญญาณให้สมดุลกันเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน
3. ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง
4. รายได้จากโฮมสเตย์และการท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริม มิใช่รายได้หลักของชุมชน
5. การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นประเด็นหลักในการบริหาร จัดการโฮมสเตย์
6. ชุมชนต้องมีความเข้มแข็ง มีความรู้เท่าทันสิ่งทีนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงและเข้าใจวัตถุประสงค์ของสิ่งที่ตนกำลังดำเนินการ
7. ผู้ประกอบการรายเดี่ยวและไม่ทำในนามกลุ่มไม่เข้าข่ายที่จะขอรับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย เพราะจัดอยู่ในการดำเนินการคล้ายรีสอร์ท หรือ เกสต์เฮาส์
8. ทุกฝ่ายตั้งแต่รัฐบาล ชุมชน ไปจนถึงผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจโฮมสเตย์ไปในทิศทางเดียวกัน
9. ไม่ใช่ทุกหมู่บ้านจะต้องมีโฮมสเตย์ ต้องคำนึงถึงความพร้อม ความรู้ ความเข้าใจของชุมชนเป็นสำคัญ
10. เน้นจุดขายอยู่ที่วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่น่าสนใจ
11. มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ(ธรรมชาติ + วัฒนธรรม)

คุณสมบัติเบื้องต้นของโฮมสเตย์ 10 ประการ

1. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือการทำโฮมสเตย์เป็นรายได้เสริมนอกเหนือจากรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัวเท่านั้น
2. มีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้
3. นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในบ้านเดียวกับเจ้าของบ้านอาศัยโดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม และวิถีชีวิตระหว่างกัน
4. สมาชิกในครอบครัวมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับผิดชอบนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักค้างแรมในบ้าน พร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นนั้นแก่นักท่องเที่ยว
5. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี
6. บ้านนั้นควรเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือ สหกรณ์ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น
7. จำนวนหลังคาเรือนที่เป็นสมาชิกของกลุ่มโฮมสเตย์ อย่างน้อย 3 หลังคาเรือน
8. บ้านที่ขอรับการประเมินทุกหลัง ต้องมีเลขที่บ้าน ที่ออกโดยส่วนราชการ
9. ที่ตั้งของชุมชนหรือกลุ่มโฮมสเตย์ ต้องไม่อยู่ในพื้นที่อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เป็นต้น ยกเว้นจะได้รับอนุญาต
10. ดำเนินการจัดทำโฮมสเตย์ตามข้อกำหนดมาตรฐานโฮมสเตย์ของกรมการท่องเที่ยวมาแล้ว ไม่น้อยกว่า 6 เดือน

### การพัฒนาโฮมสเตย์ไทย

การมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท เป็นจุดขายที่สำคัญ ที่นักท่องเที่ยว ให้ความสนใจ การจัดกิจกรรม ที่พักสัมผัส วัฒนธรรมชนบท จึงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวก ให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และเป็นทางเลือกในตลาดท้องถิ่น ที่ไม่ใช่คู่แข่งในเชิงพาณิชย์ ในพื้นที่ที่มีโรงแรม หรือรีสอร์ท จึงไม่ถือเป็นการประกอบการที่พักในเชิงธุรกิจ บริการที่มีเสนอให้กับนักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาในการพัฒนาโฮมสเตย์ มีดังนี้ คือ 1. วิธีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท 2. วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ 3. ความปลอดภัย 4. ความสะอาด 5. ห้องพักพร้อมอาหาร 6. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ควรที่จะมีการรวมกลุ่มจัดตั้งในรูปของกลุ่ม/ชมรม/สหกรณ์ ซึ่งสมาชิกและคนใจชุมชนจะต้องมีความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในด้านการจัดการ

### บ้านพัก (Accommodation)

แบบที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว (Provision of accommodation for tourist)

1. ความเต็มใจของสมาชิกในครอบครัวต่อการรับผู้มาเยือน
2. บ้านพักมีโครงสร้างที่ดี

3. ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดี
4. ไม่ไกลจากเมืองหรือพื้นที่เทศบาลหรือสถานที่ท่องเที่ยว
5. ควรมีสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นพื้นฐาน อาทิ ที่นอน หรือเตียงนอน หมอน น้ำประปาหรือถ้าไม่มีควรมีแหล่งน้ำอื่น ๆ ห้องน้ำสะอาด มีความปลอดภัย

#### ขั้นตอนการดูแลที่พัก (Home keeping produce)

ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับนักท่องเที่ยว ควรมีการทำทำความสะอาดที่พักและบริเวณโดยรอบบ้านพักอยู่เสมอ อาทิ เปลี่ยนผ้าปูที่นอน อุปกรณ์สำหรับการนอนส่วนตัวทุกครั้งเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพัก เป็นต้น

#### ความสะอาดของบ้าน

บ้านพักควรมีอากาศที่สามารถถ่ายเทได้สะดวก แสงสว่างสามารถส่องเข้ามาถึงปราศจากความชื้นไม่มีกลิ่นอับ มีหลังคาที่สามารถกันน้ำได้ดี ภายในห้องพักต้องได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ ต้องมีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน และอุปกรณ์ส่วนตัวสำหรับผู้มาเยือนทุกครั้งหรือมีผู้มาเยือนใหม่เข้ามาพักต้องหมั่นกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอ ต้องหมั่นดูแลสภาพแวดล้อมของบ้านพักอยู่เสมอ

#### ห้องน้ำ (The Bathroom)

ห้องน้ำจะเป็นที่ ๆ ใช้ร่วมกันทั้งครอบครัวและนักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญก็คือ ความสะอาด จะต้องมีการทำความสะอาดอยู่เป็นประจำและสม่ำเสมอ เนื่องจากห้องน้ำจะเป็นห้องที่ผู้มาเยือนจะมาร่วมใช้ด้วย ดังนั้นต้องเตรียมอุปกรณ์ทำความสะอาดเป็นประจำ

#### ความปลอดภัย

ความปลอดภัยถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมที่พักเชิงวัฒนธรรมลักษณะสัมผัสชนบท ดังนั้น ชมรม/กลุ่ม มวลสมาชิก ควรมีการจัดมาตรการรักษาความปลอดภัย สำหรับเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์เกิดขึ้น เช่น การจัดอบรมให้กับสมาชิกของชุมชนในการให้การป้องกันอุบัติเหตุต่าง ๆ หรือการแก้ไขหากเกิดอุบัติเหตุ การขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ หรือองค์การบริหารท้องถิ่นที่รับผิดชอบในพื้นที่ การจัดตั้งเวรยามของชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้เจ้าของบ้านจึงจะต้องมีหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้มาเยือนด้วย

#### ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

1. ต้องมีการดูแลและซ่อมแซมสิ่งของต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา อาทิ ประตู หน้าต่าง
2. ถ้าเห็นนักท่องเที่ยวไม่เก็บทรัพย์สินไว้ในที่ที่ปลอดภัย ต้องเข้าไปเตือน
3. ถ้านักท่องเที่ยวลืมทรัพย์สินไว้ในบ้านพักหรือที่อื่น ๆ ภายหลังจากการเดินทางกลับ เจ้าของบ้านควรเก็บไว้ในที่ปลอดภัยและพยายามติดต่อเจ้าของเพื่อมารับคืน

#### ความปลอดภัยของที่พักร

1. สมาชิกในบ้านต้องสร้างความคุ้นเคยกับผู้มาเยือน เสมือนญาติสนิท และมีความรู้เรื่องสถานที่ในบ้านและชุมชนเป็นอย่างดี
2. สมาชิกในบ้านต้องหมั่นตรวจตรา ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในบ้านว่ามีความปลอดภัยหรือไม่
3. กฎเกณฑ์สำคัญต้องได้รับการเก็บรักษาและดูแลเป็นอย่างดี
4. ทรัพย์สิน เงินสดต่าง ๆ ต้องเก็บไว้ในที่ที่ปลอดภัย
5. สมาชิกทุกคนต้องคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยของความปลอดภัยตลอดเวลา

#### การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว

วัฒนธรรม จารีต ประเพณี และความเชื่อ ของแต่ละชุมชนอาจแตกต่างกัน การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว อาทิ การแต่งกาย การนอน การกำหนดเวลาการเข้าออกบ้านพัก จึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อมิก่อให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีต ประเพณีและความเชื่อของชุมชน นักท่องเที่ยวจะต้องยอมรับและปฏิบัติตาม ทั้งนี้ควรมีการชี้แจงในขั้นตอนการจองหรือลงทะเบียนการเข้าพัก กรณีที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถปฏิบัติตามได้ ก็สามารถที่จะปฏิเสธการเข้าพักได้เช่นเดียวกัน

#### การต้อนรับ (Reception)

คนไทยเป็นผู้มีจิตใจโอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ดังสำนวนสุภาษิตไทยที่ว่า "เป็นธรรมเนียมไทยแท้แต่โบราณ ใครมาถึงเรือนชานต้องต้อนรับ" การต้อนรับนักท่องเที่ยวดุจญาติมิตรจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกอบอุ่น ควรมีการจัดพื้นที่ต้อนรับในลักษณะจุดศูนย์กลางของชุมชน เพื่อดำเนินการต้อนรับ ลงทะเบียนการเข้าพัก หรือการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว การต้อนรับ อาจให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมประจำถิ่น เช่น ภาคอีสาน/เหนือ ต้อนรับด้วยการบายศรีสู่ขวัญ หรืออาจจะเป็นช่อดอกไม้ พวงมาลัยเล็ก ๆ ที่สามารถหาได้จากท้องถิ่นมอบให้กับนักท่องเที่ยว ก็จะเป็นการสร้างประทับใจได้เมื่อเริ่มเข้าสู่ชุมชน

#### การจองที่พัก (Reservation)

การจองที่พักสามารถทำได้หลายวิธี อาทิ การจองทางไปรษณีย์ การจองทางโทรศัพท์ การจองผ่านเครือข่าย internet การจองที่พักควรได้รับการตอบสนองโดยทันที เพื่อเป็นการยืนยันการเข้าพักของนักท่องเที่ยว และถ้ามีเวลา ผู้ประสานงานควรส่งรายละเอียดให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาก่อนการเข้าพัก ทั้งนี้ควรแจ้งข้อมูลรายละเอียด ให้สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดหรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานในประเทศที่รับผิดชอบพื้นที่ ได้รับทราบเพื่อเป็นช่องทางการตลาดในการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไปรับทราบได้

ขั้นตอนการจองห้องพัก มีดังนี้

1. จัดบ้านพักตามลำดับ
2. ตอรับการจอง อาจจะมีการใช้ระบบการเรียกเก็บค่าบริการบางส่วน เพื่อเป็นการป้องกันการไม่เข้าพักของนักท่องเที่ยวตามกำหนดเวลา ดังนั้นควรชี้แจงระยะเวลาการยกเลิกเข้าพักให้กับนักท่องเที่ยวได้รับทราบด้วย
3. เก็บรักษาข้อมูลการจองสำหรับการลงทะเบียนเข้าพักต่อไป

การลงทะเบียน (Registration)

ในธุรกิจโรงแรมที่พัก ผู้เข้าพักต้องลงทะเบียนเพื่อเป็นหลักฐานและอ้างอิงในอนาคต ส่วนในลักษณะที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท การลงทะเบียนอาจไม่ต้องเป็นรูปแบบเหมือนธุรกิจโรงแรม แต่ควรเป็นรูปแบบการเก็บข้อมูลแบบง่าย ๆ

ความสำคัญของการลงทะเบียน

1. ทำให้เจ้าของบ้านทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
2. ช่วยในการจัดเตรียมบ้านพัก
3. ทำให้ทราบวันออกจากที่พักของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ข้อมูลนี้มีความจำเป็นเพราะจะทำให้กลุ่ม/ชมรม สามารถวางแผนการเข้าพักของแขกในลำดับต่อ ๆ ไปได้
4. เป็นข้อมูลการเข้าพักให้ผู้ดูแลรักษาความปลอดภัย สามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของผู้ประพฤตินิยมชอบหรือการหลบซ่อนของอาชญากรได้

ขั้นตอนการต้อนรับและลงทะเบียน

1. ต้อนรับด้วยรอยยิ้มดูญาติมิตร แจ้งรายละเอียดค่าธรรมเนียมการเข้าพักและบริการต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบ
2. ให้นักท่องเที่ยวกรอกรายละเอียดและลงชื่อในใบลงทะเบียนการเข้าพัก



3. แจ้งรายละเอียดที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับข้อมูลของชุมชนและสภาพทั่วไป
4. นำนักท่องเที่ยวไปยังบ้านพัก

#### การบริการอาหาร

เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องพักกับเจ้าของบ้าน อาหารมื้อใดมื้อหนึ่งจึงมีความจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว การนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นจึงเป็นเสน่ห์และจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ มากกว่าการนำเสนอรายการอาหาร เช่นเดียวกับโรงแรมหรือรีสอร์ท ดังนั้นการวางแผนจัดเตรียมอาหารจึงมีความจำเป็นเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดระหว่างปริมาณอาหารและจำนวนนักท่องเที่ยว

การวางแผนจัดเตรียมอาหารจึงจำเป็นต้องพิจารณาจากปัจจัยหลาย ๆ ประการ

1. ข้อมูลของนักท่องเที่ยว เช่น เชื้อชาติ ศาสนา
2. งบประมาณในการจัดทำอาหาร
3. ปัจจัยด้านฤดูกาล
4. อาหารประจำท้องถิ่น
5. จำนวนนักท่องเที่ยว

#### เกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

เกณฑ์มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	วิธีการวัด/ประเมิน
1. ที่พัก	1.1 ลักษณะบ้านพักที่เป็นสัดส่วน	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เป็นบ้านที่มีลักษณะมั่นคง</li> <li>2. เป็นบ้านที่เจ้าของบ้านแบ่งปันที่นอน หรือห้องนอน อย่างเป็นสัดส่วนหรืออาจปรับปรุงต่อเติมที่พักที่ติดกับบ้านเดิมเพื่อใช้เป็นที่นอนหรือห้องนอน</li> </ol>
	1.2 ที่พักที่นอนสะอาดและสบาย	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีที่นอนและเครื่องนอนสำหรับนักท่องเที่ยว เช่นเตียง พูก ผ้าปู หมอน ผ้าห่ม หรือเสื่อ</li> <li>2. ที่นอนและเครื่องนอน ได้รับการทำความสะอาดอยู่เสมอ มีการเปลี่ยนเครื่องนอนสำหรับนักท่องเที่ยวเข้าพักใหม่ทุกครั้ง หรือตามความเหมาะสมมีมุ้ง หรือมุ้งลวดเพื่อ</li> </ol>

เกณฑ์มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	วิธีการวัด/ประเมิน
		<p>ป้องกันยุง และแมลง</p> <p>3. มีราวตากผ้าหรือที่เก็บเสื้อผ้า</p> <p>4. ในหมู่บ้านเดียวกันควรมีสภาพของการให้บริกเครื่องนอนที่ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก</p>
	<p>1.3 ห้องสุขาและห้องอาบน้ำที่สะอาด</p>	<p>1. มีความมิดชิดปลอดภัย</p> <p>2. มีที่ลือคประตูในสภาพใช้งานได้ดี มีอากาศถ่ายเทได้สะดวก</p> <p>3. มีขนาดของห้องน้ำที่เหมาะสมไม่คับแคบหรือมีหลังคาต่ำเกินไปจน ก่อให้เกิดอันตรายแก่นักท่องเที่ยว</p> <p>4. มีการแยกชั้นสำหรับตักอาบน้ำ</p> <p>5. น้ำที่ใช้มีความสะอาดอาจเป็นประปาหมู่บ้าน ประปาภูเขา หรือน้ำดิบที่ปล่อยไว้ระยะหนึ่ง</p> <p>6. มีถังขยะในห้องน้ำ</p> <p>7. มีที่แขวน หรือราวตากผ้าในบริเวณห้องน้ำ</p>
	<p>1.4 สถานที่พักผ่อนภายในบ้านหรือบริเวณชุมชน</p>	<p>1. มีพื้นที่พักผ่อนภายในบ้านหรือบริเวณโดยรอบสามารถนั่งหรือนอน และมีบรรยากาศผ่อนคลาย เช่น ลานบ้าน ใต้ต้นไม้ ศาลาหน้าบ้าน</p> <p>2. มีการรักษาความสะอาดบริเวณรอบบ้าน สวนครัว ต้นไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ ร่องน้ำ อยู่เสมอ</p>
<p>2. ด้านอาหาร</p>	<p>2.1 ชนิดของอาหารและวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร</p>	<p>1. มีปริมาณ และประเภทอาหารที่เหมาะสม</p> <p>2. มีการปรุงอาหารอย่างถูกสุขลักษณะโดยใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่จากท้องถิ่น</p>
	<p>2.2 น้ำดื่มที่สะอาด</p>	<p>1. มีภาชนะที่สะอาดไว้เก็บน้ำ มีฝาปิดมิดชิด</p>

เกณฑ์มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	วิธีการวัด/ประเมิน
		2. มีน้ำดื่มที่สะอาด ผ่านกระบวนการทำความสะอาดมาแล้วและไม่มีตะกอน
	2.3 ภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด	1. มีภาชนะใส่อาหาร เช่น ถ้วย ชาม จาน ช้อน ช้อนกลาง ทัพพี โถข้าวหรืออาจเป็นวัสดุธรรมชาติ เป็นต้น อยู่ในสภาพที่สะอาดและปลอดภัย ไม่มีคราบ กลิ่นคาว และกลิ่นอับ
	2.4 ห้องครัว และอุปกรณ์ที่ใช้ในครัว ถูกสุขลักษณะ	1. ครัวอาจอยู่ในบ้าน หรือแยกจากตัวบ้านก็ได้ และมีการดูแลความสะอาดอยู่เสมอ 2. มีภาชนะหรืออุปกรณ์การเก็บ เครื่องปรุง วัตถุดิบ ที่สะอาดสามารถป้องกันเชื้อโรคและสิ่งสกปรก เช่น มีที่เก็บมิดชิด ที่แขวน หรือมีฝาซีครอบ หรือคลุมผ้าสะอาด 3. มีการจัดการขยะที่ถูกสุขลักษณะ
3. ด้านความปลอดภัย	3.1 การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น	1. มีการอบรมการปฐมพยาบาลเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในกรณีที่เกิดเจ็บป่วย หรือได้รับอุบัติเหตุ 2. มียาสามัญประจำบ้าน ที่อยู่ในสภาพพร้อมใช้(ยังไม่หมดอายุ) 3. มีข้อมูลสุขภาพของนักท่องเที่ยว เช่น โรคประจำตัว หรือภูมิแพ้ มีข้อมูลการประกันสุขภาพ และญาติหรือผู้ดูแล
	3.2 การจัดระบบดูแลความปลอดภัย	1. มีการแจ้งให้ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันรับทราบ ขณะมีนักท่องเที่ยวในบ้าน 2. มีการจัดระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินสำหรับนักท่องเที่ยว 3. มีเครื่องมือสื่อสารที่สามารถติดต่อกับหน่วยงานที่รับผิดชอบในกรณีฉุกเฉิน

เกณฑ์มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	วิธีการวัด/ประเมิน
4. อธยาศัยไมตรีของ เจ้าของบ้านและ สมาชิกในครัวเรือน	4.1 การต้อนรับและ สร้างความคุ้นเคย	1. มีการแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสมาชิกใน ครัวเรือนทุกคน เพื่อรู้จักและเรียนรู้วิถีชีวิตของ เจ้าของบ้านผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เก็บผักสวน ครัวร่วมกัน ทำกับข้าวร่วมกัน รับประทานอาหาร อาหารร่วมกัน เป็นต้น
	4.2 การสร้าง กิจกรรมแลกเปลี่ยน เรียนรู้ในวิถีชีวิตของ ชุมชน	1. เจ้าของบ้านมีการใช้รูปภาพหรือกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การไปไร่-นา ออกทะเล เก็บใบชา ทอผ้า จักสาน เป็นต้น เพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยน เรียนรู้ในวิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม กับนักท่องเที่ยว อย่างเหมาะสม
5. รายการนำเที่ยว	5.1 มีรายการนำ เที่ยว ที่ชัดเจนซึ่งต้อง ผ่าน การยอมรับจาก ชุมชน	1. มีการวางแผนโปรแกรมและกิจกรรมการ ท่องเที่ยวของกลุ่มโฮมสเตย์ร่วมกับกลุ่มอื่นของ ชุมชนเพื่อการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม สู่ ชุมชนและกลุ่มกิจกรรมอื่น 2. มีรายการนำเที่ยวที่สามารถเผยแพร่ให้แก่ นักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับ สภาพความเป็นจริงของชุมชน
	5.2 ข้อมูลกิจกรรม การท่องเที่ยว	1. มีข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมในรายการท่องเที่ยว ที่ หลากหลายแตกต่างกันตามภูมิศาสตร์ ฤดูกาล และสภาพสังคมวัฒนธรรม ของ ท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกได้
	5.3 เจ้าของบ้านเป็น ภาคีเครือข่ายท้องถิ่น หรือประสานให้ ภาคีเครือข่ายท้องถิ่นนำ เที่ยว	1. กลุ่มหรือเจ้าของบ้านเป็นผู้นำเที่ยวเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดงความ เชื่อภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยว

เกณฑ์มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	วิธีการวัด/ประเมิน
6. ด้านทรัพยากร และสิ่งแวดล้อม	6.1 แหล่งท่องเที่ยว ภายในชุมชน หรือ บริเวณใกล้เคียง	1. มีแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม หรือวิถีชีวิตที่ดึงดูด ความสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งอาจเป็นแม่น้ำ ภูเขา วัด เจตีย์ สวนผลไม้ แปลงผัก การทำนา เป็นต้น
	6.2 การดูแลรักษา แหล่งท่องเที่ยว	1. มีกฎกติกาการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ ชัดเจนเพื่อให้ การใช้ประโยชน์เป็นไปอย่างยั่งยืน เช่น ปริมาณนักท่องเที่ยวที่ ชุมชนรองรับ ได้ การไม่นำเอาพันธุ์พืช สัตว์ป่าและของป่า ออก จากพื้นที่ ตามกฎหมายรัฐ และตาม ข้อตกลงของชุมชน 2. กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานการฟื้นฟู การอนุรักษ์ แหล่งท่องเที่ยว เช่น การปลูกป่า การจัดค่าย อนุรักษ์สำหรับเยาวชน เป็นต้น
	6.3 แผนงานหรือ มาตรการลด ผลกระทบด้านลบ ทางสิ่งแวดล้อม	1. ข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติในการลด ผลกระทบด้านลบ ทางการท่องเที่ยวอย่างถูก วิธี เช่น การแยกขยะ ไม่เผาขยะ เป็นต้น
7. ด้านวัฒนธรรม	7.1 การดำรงรักษาไว้ ซึ่ง วัฒนธรรม ประเพณี ท้องถิ่น	1. มีสถาปัตยกรรม หรือ สิ่งที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ ของวัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น เรือนพื้นถิ่น ครกกระเดื่อง บ่อน้ำ เป็นต้น 2. มีการรวบรวมองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อนำสู่การเผยแพร่ แก่นักท่องเที่ยว 3. มีแนวทางในการฟื้นฟู อนุรักษ์ และถ่ายทอด วัฒนธรรม ศิลปะ และ การละเล่นพื้นบ้าน 4. ผู้แสดงทางวัฒนธรรม และผู้เกี่ยวข้องเข้าใจ และ รับรู้ในกระบวนการการนำเสนอ หรือรูปแบบมี

เกณฑ์มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	วิธีการวัด/ประเมิน
		ส่วนร่วมในการวางแผน และนำเสนออย่างภาคภูมิใจ
	7.2 การรักษาวิถีชีวิตชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปรกติ	1. เป็นการดำเนินวิถีชีวิตที่เป็นปกติ เช่น การประกอบอาชีพ การทำกิจกรรม ทางศาสนาหรือตามความเชื่อ ไม่มีการตัดแปลง หรือจัดทำขึ้นใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
8. ด้านรายได้เสริม และการเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชน	8.1 การท่องเที่ยวให้เป็นเพียงรายได้เสริม โดยไม่กระทบต่ออาชีพหลักของตนเอง	1. มีความรู้ความเข้าใจว่าการท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริม โดยไม่มุ่งเน้นจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มผลกำไร หรือมี การลงทุนเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวฝ่ายเดียว
	8.2 ผลผลิต/ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึกหรือของฝาก	1. มีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือชุมชนใกล้เคียงนำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้ ทั้งเป็นของบริโภค สิ่งประดิษฐ์ สิ่งทอ ของที่ระลึก โดยใช้วัสดุ และวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก
9. การบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์	9.1 การรวมกลุ่มของชาวบ้าน	1. การบริหารจัดการ ต้องเป็นการรวมกลุ่ม โดยการมีส่วนร่วม ของชุมชน สมาชิกกลุ่ม และชุมชน ต้องมีความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์ วิธีการของโฮมสเตย์
	9.2 คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์	1. มีการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารงาน ได้แก่ ประธาน รองประธาน เหรัญญิก และกรรมการฝ่ายต่างๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละชุมชน 2. คณะกรรมการทุกคน ต้องมีความรู้ ความเข้าใจในปรัชญา หลักการ ขั้นตอน วิธีการทำงานของโฮมสเตย์ ตามบทบาทหน้าที่ที่แต่ละคนได้รับมอบหมาย

เกณฑ์มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	วิธีการวัด/ประเมิน
	9.3 กฎ กติกา การทำงาน ของ คณะกรรมการ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีกฎ กติกา วาระการทำงาน การทำงานร่วมกัน ของคณะกรรมการ เช่น การจัดประชุมอย่างต่อเนื่องก่อนจะรับนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว และหลังรับนักท่องเที่ยว หรือจัดประชุมประจำเดือน</li> <li>2. มีการจัดสรรเงินรายได้เข้ากองทุนส่วนกลางของชุมชนเพื่อสาธารณประโยชน์ของชุมชนมีแนวทางในการทำงานของคณะกรรมการตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้ <ol style="list-style-type: none"> <li>1) มีหลักเกณฑ์การเปิดรับสมาชิก โสมสത്യ</li> <li>2) มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว</li> <li>3) มีแนวปการ เช่น บ้าน รถ เรือ มัคคุเทศก์ ปฏิบัติในหมุนเวียนการ ให้บริการ เป็นต้น</li> <li>4) มีแนวปฏิบัติในการคิดราคาที่เป็น ยอมรับของกลุ่ม</li> </ol> </li> </ol>
	9.4 ระบบการจอง การลงทะเบียน และการมัดจำล่วงหน้า	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีแนวปฏิบัติในการจองล่วงหน้า</li> <li>2. มีข้อปฏิบัติตัวสำหรับนักท่องเที่ยว</li> <li>3. มีการลงทะเบียนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นข้อมูล สำหรับการเตรียมการ และให้บริการแก่นักท่องเที่ยว</li> <li>4. มีการชำระเงินล่วงหน้าในอัตราส่วนที่ทางกลุ่มเป็นผู้กำหนด</li> <li>5. มีการจัดทำสภิตินักท่องเที่ยว</li> </ol>
	9.5 รายละเอียดของ ค่า ธรรมเนียมและ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีการระบุค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่างๆที่</li> </ol>

เกณฑ์มาตรฐาน	ตัวชี้วัด	วิธีการวัด/ประเมิน
	บริการต่างๆ	ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน ไว้ในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าน้ำ เทียว ซึ่งอาจคิดเป็นรายหัวหรือคิดในลักษณะเหมาจ่าย เป็นต้น
10.ด้าน ประชาสัมพันธ์	10.1 เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ การท่องเที่ยว	1. มีละเอียดแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนหรือบริเวณใกล้เคียง และกิจกรรมการท่องเที่ยวผลิตออกเป็นเอกสาร เช่น แผ่นพับ แผนที่การเดินทาง ค่าใช้จ่ายและสถานที่ติดต่อ
	10.2 แผนการ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์	1. มีเป้าหมาย แผนงานและการประสานงานการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์

## ตารางที่ 2.1 แสดงเกณฑ์มาตรฐาน ตัวชี้วัด และวิธีการวัดประเมินโสมสเดย์ไทย

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

### 4. ปัจจัยในการบริหารโสมสเดย์สู่ความสำเร็จ

การบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและสามารถสร้างผลตอบแทนในอัตราที่เหมาะสมได้อย่างยั่งยืนนั้น ผู้บริหารไม่อาจจำกัดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบและวิถีคิดของตนเองอยู่เพียงในกรอบของกระบวนการตามหน้าที่ทางการจัดการ (Management Functions) อันประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การขึ้นนำ และการควบคุมเท่านั้น ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในการบริหารองค์การเป็นระยะเวลานาน หรือมีประสบการณ์บริหารจัดการสูงย่อมคุ้นเคยและมีความเชี่ยวชาญกับหน้าที่ทางการจัดการทั้งสี่ประการเป็นอย่างดี แต่ผู้บริหารที่มีประสบการณ์สูงจำนวนไม่น้อยที่พบกับความปราชัยจากการแข่งขันในโลกธุรกิจ โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาการแข่งขันในโลกธุรกิจที่สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องย่อมเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีทั้งองค์กรที่ประสบความสำเร็จล้มเหลว เคยประสบความสำเร็จแต่กลับล้มเหลว หรือแม้กระทั่งเคยล้มเหลวแล้วกลับมาประสบความสำเร็จ ผู้บริหารองค์การจึงควรมีวิถีคิดที่แตกต่างและสร้างสรรค์เพื่อสนับสนุนกระบวนการจัดการให้สามารถบริหารจัดการองค์การให้ประสบความสำเร็จ ผู้บริหารต้องแสวงหาปัจจัยหลักที่ทำให้้องค์การประสบความสำเร็จหรือประสบความสำเร็จล้มเหลว แล้วกำหนดทิศทางขององค์การเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จตามปัจจัยหลักนั้น เรียกว่า กลยุทธ์ (Strategy) คำว่า กลยุทธ์ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายของกลยุทธ์ว่าเป็นการรบที่มีเล่ห์เหลี่ยม หรือวิธีการต่อสู้ที่ต้องใช้กลอุบายต่าง ๆ



(ราชบัณฑิตยสถาน, ออนไลน์ 2561) ปัจจุบันได้มีการให้คำนิยามใหม่ว่า กลยุทธ์ คือรูปแบบของกิจกรรมที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กร มีผู้ให้ความสำคัญและแนวคิดในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

ไมเคิล เฟรเซอร์ส (Frese, 2000. pp. 11-19) ได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ในการดำเนินงานว่ามีความสำคัญ เพราะกลยุทธ์สามารถทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการได้โดยตรง โดยกลยุทธ์นั้น หมายถึง กระบวนการของการกระทำที่จะทำให้บรรลุจุดหมาย และเป็นแนวทางที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นการช่วยในเรื่องของการจัดการ

มอริสสัน รีมมิงตัน และวิลเลียมส์ (Morriso, Rimmington, and Williams, 1999, p.195) ได้อธิบายความหมายของกลยุทธ์ว่าเป็นกระบวนการบริหารอย่างไม่หยุดนิ่ง ที่ดำเนินการกับธุรกิจเพื่อให้บรรลุถึงความพอดีระหว่างองค์ประกอบของผู้ประกอบการ องค์กรและสิ่งแวดล้อม อันนำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจที่ยั่งยืน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ กล่าวถึงกลยุทธ์ว่า กลยุทธ์เป็นรูปแบบของการกระทำซึ่งผู้จัดการใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร เป็นกลยุทธ์ที่เป็นจริงซึ่งบริษัทได้วางแผนไว้ และใช้โต้ตอบต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ ผู้กำหนดกลยุทธ์เป็นบุคคลซึ่งมีความรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร เช่นผู้บริหารระดับสูงของบริษัท ประธานบริษัท เจ้าของกิจการ ประธานกรรมการ ผู้อำนวยการบริหาร และผู้ประกอบการ ซึ่งสรุปได้ว่า กลยุทธ์ ประกอบด้วย เป้าหมาย (Goal) นโยบาย (Policies) และแผน (Plans) ผู้บริหารจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ที่องค์กรเลือกใช้ เนื่องจากการเลือกใช้กลยุทธ์ที่ผิดหรือไม่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกหรือชุมชน อาจจะนำมาซึ่งปัญหาและความล้มเหลวในที่สุด ถ้าผู้บริหารขาดความชำนาญในการกำหนดกลยุทธ์และการปฏิบัติตามกลยุทธ์จะทำให้ธุรกิจต่อสู้กับคู่แข่งไม่ได้ ดังนั้นผู้บริหารในระดับต่าง ๆ จึงต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ ในที่นี้ผู้วิจัยขอเสนอกลยุทธ์ต่าง ๆ ดังนี้ คือ

1.กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy) กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน มักนำมาใช้กับกรณีที่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าให้ความสำคัญกับราคาเป็นอย่างสูง สิ่งสำคัญของการเป็นผู้นำด้านต้นทุนจึงเป็นการมุ่งเน้นให้ต้นทุนการผลิตและดำเนินงานให้ต่ำที่สุดเพื่อที่จะสามารถนำเสนอราคาแก่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารต้นทุนให้มีความสอดคล้องและสนับสนุนกันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างแท้จริง โดยต้องพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น การควบคุมระดับการลงทุนให้ได้ตามที่กำหนด เทคโนโลยีหรือกระบวนการผลิตที่ไม่ยุ่งยากและประหยัดการใช้แรงงานในการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบการจัดส่งและการจัดจำหน่ายที่มีต้นทุนต่ำ ตลอดจนการพัฒนาและปรับปรุงทั้งในด้านกระบวนการผลิต การใช้วัตถุดิบและรูปแบบผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ต้นทุนการผลิตและดำเนินงานต่ำอยู่เสมอ แต่การเลือกใช้กลยุทธ์นี้ผู้บริหารควรตระหนักกว่าวิธีการต่าง ๆ เพื่อสร้างและรักษาการเป็นผู้นำด้านต้นทุนนี้สามารถลอกเลียนแบบโดยคู่แข่งได้ง่าย ผู้บริหารจึงควรพิจารณาว่าจะทำอย่างไรเพื่อป้องกันมิให้คู่แข่งลอกเลียนแบบได้ หรือจะทำอย่างไรหากคู่แข่งลอกเลียนแบบแล้วจะ

ทำให้คู่แข่งได้รับผลเสียมากกว่าผลดี (Trade off) หากผู้บริหารสามารถดำเนินการได้ดังนี้ย่อมทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage) และการที่องค์กรเลือกที่จะปรับปรุงให้ต้นทุนต่ำที่สุดย่อมมีโอกาสสร้างกำไรได้มาก หรือสามารถเสนอสินค้าให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าด้วยราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ซึ่งย่อมนำมาซึ่งส่วนแบ่งตลาดที่สูงขึ้นและเป็นผู้นำตลาดในที่สุด

2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation Strategy) หมายถึง การที่องค์กรเลือกสร้างความแตกต่างที่มีคุณค่าทางการตลาดและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวหรือลูกค้ารับรู้ความแตกต่างของสินค้าหรือบริการนั้นเมื่อเทียบกับคู่แข่ง การสร้างความแตกต่างนี้สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้า ความรวดเร็วในการให้บริการหรือการจัดส่งสินค้า ความแตกต่างด้านคุณภาพ และความแตกต่างอื่น ๆ ซึ่งเป็นคุณค่าที่นักท่องเที่ยวหรือลูกค้าสัมผัสได้ องค์กรที่สามารถสร้างความแตกต่างที่มีคุณค่าทางการตลาดได้ย่อมสามารถกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ในการแข่งขัน และไม่จำเป็นต้องแข่งขันกับคู่แข่งด้านราคา

3. กลยุทธ์การจูงใจ (Motivation Strategy) การจูงใจเป็นกระบวนการทางจิตที่รวมถึงเหตุที่ปลุกเร้าพฤติกรรม ทิศทางของพฤติกรรม และความคงอยู่ของพฤติกรรมโดยกระทำด้วยความเต็มใจเพื่อไปสู่เป้าหมาย เชื่อว่ามนุษย์หรือสัตว์ก็ตามเมื่อตกอยู่ในสภาวะที่ได้รับการจูงใจจะต้องมีความกระตือรือร้น และขวนขวายในการทำกิจกรรมหรือ แสดงพฤติกรรมเพื่อให้เกิดความสำเร็จซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่ต้องการ การจูงใจให้บุคคลที่เข้ามาปฏิบัติงาน จะมีลักษณะเฉพาะตัว เช่น การรับรู้ทัศนคติบุคลิกภาพ และการศึกษา เมื่อเข้ามาอยู่ในองค์กรจะมีตัวแปรต่าง ๆ ภายในองค์กรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลนั้น เช่น ลักษณะของงานที่ทำ ภาวะผู้นำ โครงสร้างของการบริหาร การบังคับบัญชา ระดับของงานและความผูกพันของสมาชิกในกลุ่ม จะทำให้บุคคลอยู่ในภาวะขาดแคลนสิ่งที่ต้องการ (Need Deficiencies) ทั้งทางร่างกายจิตใจและสังคม ซึ่งบุคคลจะหาวิธีการที่จะตอบสนองความต้องการเหล่านี้ เพื่อลดภาวะขาดแคลน เขาจะเลือกตัดสินใจ โดยหาวิธีการหรือใช้ประสบการณ์ในอดีต โอกาสที่เขาคิดว่าจะประสบความสำเร็จและสิ่ง que คิดว่ามีความสำคัญ แล้วจะใช้ความพยายามในการทำงานซึ่งต้องอาศัยความรู้ ความสามารถของตนเองประกอบกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะปรากฏออกมาเป็นผลจากการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล (Individual Performance) การจูงใจนับเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารงาน ตามปกติพนักงานจะทำงานได้โดยใช้ความสามารถ 20% -30% แต่ถ้าหากพนักงานได้รับการจูงใจ พวกเขาจะใช้ความสามารถประมาณ 80% -90% เจมส์ (James, 1988 อ้างถึงใน Hersey & Blanchard, 1972, p. 5) ความสำคัญของแรงจูงใจ อาจแยกเป็นประเด็นสำคัญได้ 3 ประการคือ 1. ความสำคัญขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการบริหารงานบุคลากร คือช่วยให้องค์กรได้คนดีมีความสามารถมาร่วมทำงานด้วยและรักษาคนดี ๆ เหล่านั้นให้อยู่ในองค์กร

นานๆ 2. ความสำคัญต่อผู้บริหาร ช่วยในการมอบอำนาจหน้าที่ของผู้บริหารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถจัดปัญหาความขัดแย้งในการบริหารงาน การจูงใจจะช่วยให้อำนาจหน้าที่ของผู้บริหารเป็นที่ยอมรับของผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งเอื้ออำนวยต่อการสั่งการ 3. ความสำคัญต่อบุคลากรคือสนองต่อความต้องการของบุคลากรและเป็นธรรมต่อทุกคนด้วย ทำให้พนักงานมีขวัญและกำลังใจไม่เบื่อหน่ายงานและทุ่มเทกับการทำงานเต็มที่ ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์

ทฤษฎีการจูงใจมีอยู่มากมาย ในที่นี้ผู้วิจัยขอนำเสนอ ได้แก่

1. ทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของแมคเคลแลนด์ (McClelland's Achievement Motivation Theory) แมคเคลแลนด์เป็นนักจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของมนุษย์ในการทำงานให้เกิดผลสำเร็จทั้งในระดับบุคคล และระดับสังคม ผลของการศึกษาสรุปได้ว่ามนุษย์มีความต้องการอยู่ 3 ประการคือ 1. ความต้องการสัมฤทธิ์ผล (Need for Achievement: NAff) เป็นแรงขับเพื่อจะทำงานที่กระทำประสบผลสำเร็จดีที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐาน 2. ความต้องการความรักและความผูกพัน (Need for Affiliation: NAff) เป็นความปรารถนาที่จะส่งเสริมและรักษาสัมพันธ์ภาพอันอบอุ่นเพื่อความเป็นมิตรกับผู้อื่น 3. ความต้องการมีอำนาจ (Need for Power: NPower) เป็นความต้องการที่จะทำให้คนอื่นมีความประพฤติกหรือมีพฤติกรรมตามที่ต้องการ หรือต้องการที่มีอำนาจในการบังคับบัญชาและมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น จากการศึกษาของแมคเคลแลนด์ พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจทางด้านความสำเร็จโดยตัวของเขาเองจะมีคุณ-ลักษณะที่สำคัญสามประการ คือ 1) พวกเขาต้องการกำหนดเป้าหมายของตนเอง ไม่ต้องการความเลื่อนลอย ไร้เป้าหมาย 2) พวกเขาจะไม่กำหนดเป้าหมายที่ยากหรือง่ายต่อความสำเร็จมากจนเกินไป และ 3) พวกเขาต้องการสิ่งย้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานของพวกเขา ซึ่งเขาต้องการรู้ว่าเขาทำงานได้ดีแค่ไหน

2. ทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Management Approach) โดย จอร์จ อี. เมโย (George E. Mayo) ทฤษฎีพฤติกรรมศาสตร์เกิดจากการที่นักวิชาการมุ่งมั่นที่จะเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของคนงาน จากผลการศึกษา “The Hawthorne Study” พบว่ามนุษย์เป็นองค์ประกอบสำคัญในองค์การซึ่งจะเป็นปัจจัยในการตัดสินใจว่าองค์การจะสำเร็จหรือล้มเหลว องค์การอาจมีวิสัยทัศน์กว้างไกล นโยบายดี มีการวางแผนดี แต่การดำเนินงานจำเป็นต้องอาศัยผู้ปฏิบัติงาน ดังนั้นประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานจึงขึ้นอยู่กับผู้ปฏิบัติงาน ถ้าหากองค์การมีบุคลากรดีก็สามารถปฏิบัติงานได้ดี ดังนั้นปัญหาอยู่ที่องค์การจะรักษาพนักงานเหล่านี้ ให้อยู่ในองค์การให้นานที่สุดอย่างไร หรือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้มากขึ้นกับพนักงานได้อย่างไร จากการศึกษาโดยนักวิชาการ ด้านพฤติกรรมของมนุษย์ ทำให้ทราบว่าความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานมีความสำคัญมากต่อผลงานและจะเป็นแรงจูงใจให้พนักงานไม่ลาออก โยกย้าย เปลี่ยนงานและขาดงาน

เพราะ ความพึงพอใจในการทำงาน เป็นการลดความเครียดในการทำงาน ทำให้สุขภาพจิตดี พนักงานจึง ทำงานได้อย่างเต็มใจและเต็มความสามารถ ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์กร

3. ทฤษฎีสองปัจจัยของ เฮิร์ชเบิร์ก (Two Factors Theory) ในทฤษฎีนี้ มีชื่อเรียกว่าแตกต่างกันออกไป คือ “Motivation- Maintenance Theory” หรือ “Dual Factor Theory” หรือ “The Motivation - Hygiene Theory” หรือ Two Factors Theory เป็นแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยจูงใจที่ประกอบด้วย ปัจจัยจูงใจ 2 เรื่องใหญ่ๆ คือ ปัจจัยจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงานและปัจจัยจูงใจที่รักษาสุขลักษณะจิต หรือปัจจัยจูงใจที่บำรุงรักษาจิตใจซึ่ง เฮิร์ชเบิร์ก (Herzberg) ได้ทำการศึกษากิจการภายนอกที่มีผลกระทบต่อแรงจูงใจของคนในองค์กร ดังนี้ คือ 1. ปัจจัยจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน (Motivation Factors หรือ Motivators) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความพึงพอใจในการทำงานซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยภายใน เป็นกลุ่ม ปัจจัยที่มีสภาพเป็นตัวกระตุ้นจูงใจและทำให้เกิดความพอใจในการปฏิบัติงาน แต่ถ้าหากมิได้จัดให้มีขึ้นก็ไม่ได้ก่อให้เกิดความไม่พอใจในการทำงาน ปัจจัยกลุ่มนี้ สามารถใช้เป็นตัวกระตุ้นจูงใจ ผู้ปฏิบัติงานซึ่งประกอบด้วย 1.1 ลักษณะงานที่ปฏิบัติ (The Work Itself) เป็นงานที่น่าสนใจ ต้องอาศัยความริเริ่ม สร้างสรรค์ท้าทายให้ลงมือทำเป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลอยากทำงาน 1.2 ความสำเร็จของงาน (Achievement) คือ การที่บุคคลสามารถแก้ปัญหาและรู้จัก การป้องกันปัญหาที่เกิดขึ้น เมื่อทำงานสำเร็จจะเกิดความรู้สึกรู้สึกพอใจในผลสำเร็จของงานนั้น 1.3 การได้รับการยอมรับนับถือ (Recognition) คือ การได้รับการยอมรับนับถือ จากบุคคลต่าง ๆ เช่น ผู้บังคับบัญชา เพื่อร่วมงาน ผู้มาขอคำปรึกษา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน การยอมรับนับถือนี้อาจอยู่ในรูปของการยกย่องชมเชย แสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือ การแสดงออกอื่นใด ที่ทำให้เห็นถึงการยอมรับในความสามารถจะทำให้ปฏิบัติงานชอบและรักงาน 1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) คือ ความพอใจที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงานใหม่ๆ และมีอำนาจรับผิดชอบอย่างเต็มที่ ไม่มีการตรวจหรือควบคุมอย่างใกล้ชิดเป็นปัจจัยจูงใจให้บุคคลอยากทำงาน 1.5 ความก้าวหน้า (Advancement) คือ การได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น ของบุคคลในองค์กร หรือได้รับการฝึกอบรมจะเป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลอยากทำงาน 1.6 โอกาสในการเจริญเติบโต (Possibility of Growth) เช่น การได้มีโอกาสได้ เพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ และความชำนาญ ตลอดจนได้โอกาสในการเลื่อนตำแหน่ง เลื่อนขั้น 2. ปัจจัยบำรุงรักษาจิตใจ (Maintenance Factors) หรือปัจจัยบำรุงรักษาสุขลักษณะ จิต เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการสร้างความไม่พึงพอใจในการทำงาน จึงจำเป็นต้องจัดให้มีขึ้นเพื่อเป็นสิ่งจรรโลงใจ หรือส่งเสริมสุขภาพของผู้ปฏิบัติงานให้คงความพอใจเป็นปกติอยู่ตลอดไป ปัจจัยบำรุงรักษาเป็นปัจจัยที่มีผลในทางป้องกันเป็นส่วนใหญ่ ไม่สามารถจูงใจได้คือ ช่วยขจัด ความไม่พอใจต่าง ๆ ได้ แต่จะไม่สามารถสร้างความพอใจได้ ปัจจัยกลุ่มนี้

มีดังนี้ 2.1 นโยบายและบริหารของหน่วยงาน (Company Policy and Administration) หมายถึง การจัดการและการบริหารงานขององค์กร การติดต่อสื่อสารภายในองค์กร 2.2 ความสัมพันธ์ ส่วนตัวกับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน (Interpersonal Relation with Superior, Subordinate and Peers) หมายถึงการติดต่อ ไม่ว่าจะเป็น กิริยาหรือวาทะที่แสดงถึงความสัมพันธ์อัน ดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมงาน มีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีต่อกัน เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่ง ในการทำงาน 2.3 ความมั่นคงในงาน (Security) ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่องานความมั่นคงใน การทำงานหรือความมั่นคงขององค์กรย่อมมีผลต่อการปฏิบัติงาน 2.4 สวัสดิการ (Fringe Benefits) หมายถึง รางวัลที่ให้กับพนักงานที่เป็นผลมาจาก การทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ ขององค์กร หรือเป็น ผลตอบแทนชนิดใดชนิดหนึ่งซึ่งพนักงานได้รับ เพิ่มเติมนอกเหนือจากการจ่ายผลตอบแทนพื้นฐาน ได้แก่ สวัสดิการด้านสุขภาพและการประกัน ชีวิต วันหยุดพักผ่อน บำนาญ เป็นต้น 2.5 สภาพการ ทำงาน (Working Conditions) ได้แก่ สภาพทางกายภาพของการทำงาน เช่น แสง เสียง อากาศ ชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์ เครื่องมือต่าง ๆ เป็นสิ่งที่ช่วยให้ บุคคลเกิดความพึงพอใจต่องาน 2.6 ความเป็นอยู่ส่วนตัว (Personal Life) หมายถึง ความรู้สึกที่ดี หรือไม่ดีอันเป็นผลที่ ได้รับจากงานในหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงาน เช่น มีการเปลี่ยนระบบการทำงานใหม่ ซึ่งต้องทุ่มเทศึกษา การทำงานทำให้มีเวลาให้ครอบครัวลดน้อยลง ทำให้ไม่มีความสุข จึงเกิดความไม่ พอใจใน การทำงาน ในการทำงาน ระบบใหม่ได้ เฮิร์ชเบิร์ก(Herzberg, 1959) ได้พยายามชี้ให้นัก บริหารเข้าใจว่า ปัจจัยจูงใจที่บำรุงรักษา จิตใจเป็นสิ่งที่สกัดกั้นไม่ให้พนักงานเกิดความไม่พอใจในการ ทำงานเท่านั้น แต่ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้น เพราะการใช้เงินหรือสิ่งจูงใจที่ไม่เกี่ยวกับงานหรือ บิบบังคับให้พนักงานทำงานด้วยการข่มขู่หรือการลงโทษ จะทำให้พนักงานทำงานด้วยความจำเป็นไม่มี ความรู้สึกพอใจต่องาน ดังนั้น จึงควรจะใช้ปัจจัยจูงใจที่เป็นตัวกระตุ้นในการทำงาน เพื่อสร้างแรงจูงใจ ในการทำงาน พนักงานก็จะรู้สึกว่าคุณมีความหมายในการทำงาน งานท้าทายความสามารถ มี โอกาสพัฒนาตนเอง พนักงานจะเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งหลักการของเฮิร์ชเบิร์ก Herzberg ดังกล่าว แสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยจูงใจในการทำงาน 2 กลุ่ม กับความพึงพอใจในงาน (Job Satisfaction) และความไม่พึงพอใจในงาน (Job Dissatisfaction) สรุป ทฤษฎี เฮิร์ชเบิร์กเน้นอธิบาย และให้ความสำคัญกับปัจจัย 2 ประการได้แก่ ตัวกระตุ้น (Motivators) และการบำรุงรักษา (Hygiene) สองปัจจัยมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของงานเป็นอย่างยิ่ง

4. กลยุทธ์การบริหารแบบมีส่วนร่วม (Participation Strategy) การบริหารแบบมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการของการให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจเน้นการมีส่วนร่วม เกี่ยวข้องอย่างแท้จริงของบุคคลใช้ความคิดสร้างสรรค์และความเชี่ยวชาญของพวกเขาในการแก้ไขปัญหาทางการบริหารที่สำคัญซึ่งอยู่บนพื้นฐานแนวความคิดของการแบ่งอำนาจหน้าที่ที่ถือว่าผู้บริหาร

แบ่งอำนาจหน้าที่การบริหารให้กับผู้ใต้บังคับบัญชาและต้องการให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแท้จริง ฉะนั้น คำว่าการมีส่วนร่วม จึงหมายถึง การที่บุคคลกระทำการในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือในประเด็นที่บุคคลนั้นสนใจ ไม่ว่าจะเขาจะได้ปฏิบัติการเพื่อแสดงถึงความสนใจอย่างจริงจังหรือไม่ก็ตาม และไม่จำเป็นที่บุคคลนั้นจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมนั้นโดยตรงก็ได้ แต่การมีทัศนคติ ความคิดเห็น ความสนใจ ห่วงใย ก็เพียงพอแล้วที่จะเรียกว่าเป็นการมีส่วนร่วมได้ และยังได้ให้คำจำกัดความของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า “การมีส่วนร่วมของประชาชน” หมายถึง การที่กลุ่มประชาชนหรือขบวนการที่สมาชิกของชุมชนที่กระทำการออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกัน ที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วม ความสนใจร่วม มีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมทางเศรษฐกิจและสังคมหรือการเมือง หรือการดำเนินการร่วมกันเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจ มติชน ไม่ว่าจะผ่านทางตรงหรือทางอ้อม หรือการดำเนินการเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อรองอำนาจทางการเมือง เศรษฐกิจ การปรับปรุงสถานภาพทางสังคมในกลุ่มชุมชน นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านที่ได้ให้นิยามคำว่า “การมีส่วนร่วมของประชาชน” ไว้ เช่น เจมส์ แอล เครยัน ได้กำหนดความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า เป็นกระบวนการที่รวบรวมเอาความห่วงกังวล ความต้องการและค่านิยมต่าง ๆ ของสาธารณชนไว้อยู่ในกระบวนการตัดสินใจของรัฐและเอกชน เป็นการสื่อสารสองทาง และเป็นการมีปฏิสัมพันธ์ที่มีเป้าหมายเพื่อการตัดสินใจที่ดีกว่าและที่ได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน คินิจิ ศรีบัวเอี่ยม และคณะ ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) หมายถึง การกระจายโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง และการบริหารเกี่ยวกับการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ รวมทั้ง การจัดสรรทรัพยากรของชุมชนและของชาติ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน โดยการให้ข้อมูล แสดงความคิดเห็น ให้คำแนะนำปรึกษา ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ รวมตลอดจนการควบคุมโดยตรงจากประชาชน ปีทมา สุปก่าปิง ได้สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ในรายงานการศึกษา เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายสาธารณะว่าหมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีสิทธิในกระบวนการนโยบายสาธารณะทั้งในด้านการให้และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การให้ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ การร่วมตัดสินใจ ทั้งในขั้นตอนการริเริ่มนโยบาย การจัดทำแผนงาน โครงการหรือกิจกรรมที่อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งการปฏิบัติ การติดตาม และประเมินผลตามนโยบายแผนงานโครงการหรือกิจกรรมนั้น จึงสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนคือ กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน พัฒนาร่วมคิด ร่วมตัดสินใจแก้ปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้และความชำนาญร่วมกับวิทยากรที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริง จึงหมายถึง การที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการและควบคุมการใช้ทรัพยากร และปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคม เพื่อประโยชน์ต่อ

การ ดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคม และการตัดสินใจต่างๆ เกี่ยวกับโครงการที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับร่วมกัน

แนวทางในการบริหารงานแบบมีส่วนร่วม ที่จะส่งผลต่อทัศนคติการปฏิบัติงานและการกระตุ้นใจผู้ใต้บังคับบัญชาที่สำคัญ ดังต่อไปนี้คือ

1. จะต้องสร้างบรรยากาศของการมีส่วนร่วม โดยควรจะต้องทำให้แนวทางที่จะไปสู่เป้าหมายมีความชัดเจนยิ่งขึ้นและบรรยากาศจะมีลักษณะของความไม่เป็นทางการมากกว่า เช่น การมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้วยการที่ผู้บังคับบัญชาได้ขอความร่วมมือจากผู้ใต้บังคับบัญชาหรือได้บังคับบัญชาได้มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรมีการเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายของงาน

2. จะต้องทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถเลือกเป้าหมายที่มีคุณค่า ดังนั้นผู้บังคับบัญชาควรเพิ่มเป้าหมายส่วนบุคคล (Individual Goal) กับเป้าหมายองค์กร (Organization Goal) ให้เท่าเทียมกัน

3. การให้อำนาจในการตัดสินใจ เป็นการให้พนักงานมีสิทธิในการตัดสินใจในงานที่รับผิดชอบ โดยไม่ต้องปรึกษาผู้บังคับบัญชาผู้บริหารระดับสูงให้การสนับสนุนผู้บริหารทุกคนในการใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วม

4. การกระจายอำนาจในการบริหาร เป็นการใช้คณะกรรมการและกลุ่มงานเฉพาะกิจในการปฏิบัติงานการให้อิสระกับพนักงานในการดำเนินงานที่รับผิดชอบ

5. การไว้วางใจซึ่งกันและกันในองค์กร เป็นการมอบหมายงานให้ตรงตามความรู้ความสามารถ และมีการมอบหมายให้พนักงานได้ปฏิบัติงานใหม่ ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะ (Multi-Skill)

6. เสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน เป็นการที่ผู้บริหารที่มุ่งเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วม จะต้องสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในองค์กร เพื่อให้เขามีขวัญและกำลังใจ และพร้อมที่ปฏิบัติงานเต็มกำลังสติ ปัญญา ความรู้ ความสามารถ โดยมีข้อควรคำนึงในการเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน

การเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงาน มีสิ่งที่ผู้บริหารที่มุ่งเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วม ควรคำนึงถึงดังต่อไปนี้

1. ความแตกต่างระหว่างบุคคล คือมนุษย์เราแม้จะมีลักษณะร่วมของความเป็นมนุษย์ที่เหมือนกันหลายประการแต่ความแตกต่างระหว่างบุคคลก็ยังมีมาก ไม่ว่าจะเป็นความต้องการ เจตคติ ความสามารถการแสดงออกทางอารมณ์ ความถนัดและความสนใจซึ่งผู้บริหารระดับสูงควรให้ความสำคัญกับความแตกต่างดังกล่าวแล้วค้นหาวิธีการสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสมกับบุคคลเฉพาะราย

2. ความเป็นบุคคลทั้งตัว ในการที่ผู้บริหารระดับสูงจะเข้าใจบุคคลทั้งตัวต้องมองในภาพรวมทั้งองค์ประกอบภาพในของผู้นั้นที่ซับซ้อนหลายสิ่งหลายอย่างมารวมกันเข้าเป็นตัวเขาและทั้งองค์ประกอบด้านภูมิหลัง ครอบครัว บุคคลใกล้ชิด สังคมสมาคมที่เขาเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งทำให้พนักงานในองค์กรต้องมีการกระทำหลายประการที่เป็นไปโดยเนื่องมาจากองค์ประกอบดังกล่าว แรงจูงใจในการทำงานก็จะเกิดแตกต่างกันไป

3. แนวโน้มพฤติกรรมเมื่อได้รับแรงกระตุ้น คือผู้บริหารระดับสูงต้องคำนึงถึงพฤติกรรมของบุคคลที่เกิดโดยเนื่องมาจากสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นให้แสดงออกซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นไปโดยเนื่องมาจากความต้องการ อาจจะเป็นความต้องการทางกาย ทางสังคมหรืออาจเป็นแรงกระตุ้นจากหลายองค์ประกอบถ้าผู้บริหารที่มุ่งเน้นการทำงานแบบมีส่วนร่วมสามารถคาดการณ์แนวโน้มพฤติกรรมเมื่อได้รับแรงกระตุ้นของพนักงานได้แน่นอนหรือค่อนข้างแน่นอนคือรู้ว่าใครจะแสดงพฤติกรรมอย่างไร เมื่อได้รับแรงกระตุ้นต่าง ๆ ก็ยอมใช้ตัวกระตุ้นนั้น ๆ จูงใจการทำงานของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. ศักดิ์ศรีของความเป็นคน พนักงานทุกคนย่อมมีศักดิ์ศรีของความเป็นคนในตนเอง นักจิตวิทยาากลุ่มมนุษยนิยมจะเน้นความสำคัญในเรื่องเหล่านี้มากโดยจะมองว่ามนุษย์มีศักดิ์ศรี ศักยภาพ ความสามารถ ความดีความงามในความเป็นมนุษย์ของตนทุกคนควรมีสิทธิเสรีภาพ ความเสมอภาคในฐานะเกิดมาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมในการสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้เกิดในตัวพนักงาน ผู้บริหารระดับสูงจึงอาจจำเป็นต้องใช้วิธีการที่คำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นคนดังกล่าวไม่ควรทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าเขาได้รับการปฏิบัติเยี่ยงเครื่องจักรหรือสัตว์โลกประเภทอื่น

7. มุ่งประยุกต์ใช้หลักจิตวิทยาอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นศาสตร์ที่มีการศึกษาครอบคลุมถึงการผลิตและการใช้สินค้า รวมทั้งการจัดบริการในวงการเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และการจัดการดำเนินการเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมแล้วจะมุ่งศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมมนุษย์ในแง่มุมต่าง ๆ ของงานอุตสาหกรรมทุกประเภทและทุกระดับ ผลจากการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับงานอุตสาหกรรมเหล่านี้ จะถูกนำไปใช้เพื่อส่งเสริมกระบวนการผลิตด้านอุตสาหกรรมและนำไปใช้ประกอบการแก้ไขปัญหาของงานอุตสาหกรรมที่อาจต้องใช้ข้อมูลความรู้ของศาสตร์สาขาอื่นด้วย เช่น การแก้ไขปัญหาด้านวิศวกรรมศาสตร์ ด้านการสื่อสาร ด้านสถาปัตยกรรม ด้านการออกแบบเครื่องมือเครื่องใช้และสิ่งแวดลอมอื่นๆ ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมมนุษย์นั้นจะต้องดำเนินการและเก็บข้อมูลไว้อย่างต่อเนื่อง เพราะสภาพต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานอุตสาหกรรมมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา และเป็นการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วเสมอ

ประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของประชาชน

1. คุณภาพของการตัดสินใจดีขึ้น เนื่องจากกระบวนการปรึกษาหารือกับสาธารณชนจะช่วยสร้างความกระจ่างให้กับวัตถุประสงค์และความต้องการของโครงการหรือนโยบาย และบ่อยครั้งที่การมีส่วนร่วมของประชาชนนำมาสู่การพิจารณาทางเลือกใหม่ๆ ที่น่าจะเป็นคำตอบที่มีประสิทธิผลที่สุดได้

2. ใช้ต้นทุนน้อยและลดความล่าช้าลง แม้ว่าการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมจะต้องใช้เวลาและมีค่าใช้จ่ายมากกว่าการตัดสินใจฝ่ายเดียว แต่การตัดสินใจฝ่ายเดียวที่ไม่คำนึง



ถึงความต้องการแท้จริงของประชาชนนั้น อาจนำมาซึ่งการโต้แย้งคัดค้านหรือการฟ้องร้องกัน อันทำให้ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในระยะยาว เกิดความล่าช้า และความล้มเหลวของโครงการได้ในที่สุด

3. การสร้างฉันทามติ การมีส่วนร่วมของประชาชนจะสร้างข้อตกลงและข้อผูกพันอย่างมั่นคงในระยะยาวระหว่างกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน ช่วยสร้างความเข้าใจระหว่างกลุ่มต่างๆ ลดข้อโต้แย้งทางการเมืองและช่วยให้เกิดความชอบธรรมต่อการตัดสินใจของกลุ่ม

4. การนำไปปฏิบัติง่ายขึ้น การเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำให้ประชาชนมีความรู้สึกของการเป็นเจ้าของการตัดสินใจนั้น และทันทีที่การตัดสินใจได้เกิดขึ้น พวกเขา ก็อยากเห็นมันเกิดผลในทางปฏิบัติ และยังสามารถเข้ามาช่วยกันอย่างกระตือรือร้นอีกด้วย

5. การหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าที่เลวร้ายที่สุด เพราะการเปิดโอกาสให้ฝ่ายต่างๆ เข้ามาแสดงความต้องการและข้อห่วงกังวลตั้งแต่เริ่มต้นโครงการ จะช่วยลดโอกาสของการโต้แย้งและการแบ่งฝ่าย ที่จะเป็นปัจจัยให้เกิดการเผชิญหน้าอย่างรุนแรงได้

6. การคงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือและความชอบธรรม เนื่องจากกระบวนการตัดสินใจที่โปร่งใสและเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม จะสร้างความน่าเชื่อถือต่อสาธารณชนและเกิดความชอบธรรมโดยเฉพาะเมื่อต้องมีการตัดสินใจในเรื่องที่มีการโต้แย้งกัน

7. การคาดการณ์ความห่วงกังวลและทัศนคติของสาธารณชน เพราะเมื่อเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้มาทำงานร่วมกับสาธารณชนในกระบวนการมีส่วนร่วม พวกเขาจะได้รับรู้ถึงความห่วงกังวลและมุมมองของสาธารณชนต่อการทำงานขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้เจ้าหน้าที่สามารถคาดการณ์ปฏิกิริยาตอบสนองของสาธารณชนต่อกระบวนการและการตัดสินใจขององค์กรได้

10. การพัฒนาภาคประชาสังคม ประโยชน์อย่างหนึ่งของการมีส่วนร่วมของประชาชนคือ ทำให้ประชาชนมีความรู้ทั้งในส่วนของเนื้อหาโครงการและกระบวนการตัดสินใจของกลุ่ม รวมทั้งเป็นการฝึกอบรมผู้นำ และทำให้ประชาชนได้เรียนรู้ทักษะการทำงานร่วมกันเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

เงื่อนไขพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชน

เงื่อนไขพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของประชาชน มี 3 ประการ คือ

1. การมีอิสรภาพในการเข้าร่วม หมายถึง การเข้าร่วมต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ
2. ความเสมอภาคในการเข้าร่วมกิจกรรม หมายถึง ทุกคนที่เข้าร่วมต้องมีสิทธิเท่าเทียมกัน
3. ผู้เข้าร่วมต้องมีความสามารถพอที่จะเข้าร่วมกิจกรรม หมายถึง มีความเข้าใจในเรื่องนั้นๆ

แต่หากกิจกรรมที่กำหนดไว้มีความซับซ้อนเกินความสามารถของกลุ่มเป้าหมาย ก็จะต้องมีการพัฒนาศักยภาพให้พวกเขาสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) เป็นแนวความคิดใหม่ที่มีรากฐานมาจากแนวคิดของระบอบประชาธิปไตย เป็นกระแสของความคิดที่ทำให้ผู้คนใน สังคมตระหนักดีว่า การดำเนินกิจการใด ๆ ก็ตาม ผู้ที่ได้รับผลกระทบและมีส่วนได้เสียควรเป็นผู้มีโอกาสได้ แสดงความคิดเห็นและเสนอแนะความคิด การปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันจึงต้องประยุกต์แนวคิด ให้ตอบรับกับแนวคิดประชาธิปไตย โดยต้องสร้างกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนอันเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงาน และเป็นส่วนสำคัญของแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประชาชนกลุ่มที่มีส่วนได้เสียและได้รับผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต ดังนั้น การพัฒนาจึงเริ่มจากความต้องการของชุมชนแทนความต้องการของหน่วยงานภาครัฐ

#### รูปแบบของการมีส่วนร่วม

การที่ประชาชนภายในพื้นที่ที่มีการรวมกลุ่มในรูปของประชาคมหรือชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดที่สนับสนุน ความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม โดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ให้ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหา ซึ่งการแก้ไขปัญหาจำเป็นต้องมีความร่วมมือทำพร้อมๆ กันในทุกระดับ ต้องระดมทุกองค์ประกอบในสังคม โดยเฉพาะชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเป็นชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยตนเอง

รูปแบบของการมีส่วนร่วมที่ดำเนินอยู่โดยทั่วไป สามารถสรุปได้เป็น 4 รูปแบบ คือ

1. การรับรู้ข่าวสาร (Public Information) ประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องได้รับการ แจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของโครงการที่จะดำเนินการ รวมทั้งผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งนี้ การได้รับ แจ้งข่าวสารดังกล่าวจะต้องเป็นการแจ้งก่อนที่จะมีการตัดสินใจดำเนินโครงการ
2. การปรึกษาหารือ (Public Consultation) เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีการจัดการหารือระหว่างผู้ดำเนินการโครงการกับประชาชนที่เกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความเข้าใจในโครงการและกิจกรรมมากขึ้น
3. การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Meeting) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนและฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรม และผู้มีอำนาจตัดสินใจในการทำโครงการหรือกิจกรรมนั้นได้ใช้เวที สาธารณะในการทำความเข้าใจ และค้นหาเหตุผลในการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่นั้น ซึ่งมีหลาย รูปแบบ ได้แก่

#### 3.1 การประชุมในระดับชุมชน (Community Meeting) โดยจัดขึ้นในชุมชนที่ได้รับ

ผลกระทบ จากโครงการ โดยเจ้าของโครงการหรือกิจกรรมจะต้องส่งตัวแทนเข้าร่วม เพื่ออธิบายให้ที่ประชุมทราบถึง ลักษณะโครงการและผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นและตอบข้อซักถาม

3.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ (Technical Hearing) สำหรับโครงการที่มีข้อโต้แย้งในเชิงวิชาการ จำเป็นจะต้องเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกมาช่วยอธิบายและให้ความเห็น ต่อโครงการ ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมต้องได้รับทราบผลดังกล่าวด้วย

3.2 การประชาพิจารณ์ (Public Hearing) เป็นเวทีในการเสนอข้อมูลอย่างเปิดเผยไม่มีการปิดบัง ทั้งฝ่ายเจ้าของโครงการและฝ่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากโครงการ ซึ่งจะต้องมีองค์ประกอบของผู้เข้าร่วมที่เป็นที่ยอมรับ มีหลักเกณฑ์และประเด็นในการพิจารณาที่ชัดเจน และแจ้งให้ทุกฝ่ายทราบทั่วกัน

4. การร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) เป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งประชาชนจะมีบทบาทในการตัดสินใจได้เพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของคณะกรรมการที่ เป็นผู้แทนประชาชนในพื้นที่

การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมจำเป็นต้องใช้วิธีการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ ที่เหมาะสมในการนำพา ข้าราชการจากหน่วยงานภาครัฐบาลหรือเอกชน ไปสู่ประชาชนผู้เป็นเป้าหมาย สิ่งสำคัญในการกระตุ้นและสร้าง แรงจูงใจให้ประชาชนหรือชุมชนได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการสื่อสารนั้น ต้องอาศัย กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชน เพราะถือว่าเป็นส่วนช่วยให้กระบวนการติดต่อสื่อสารสัมพันธ์หรือ แลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างสมาชิกในสังคมเป็นไปได้โดยสะดวกขึ้น กล่าวคือ ประชาชนมีส่วนร่วมใน กระบวนการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมพัฒนาชุมชน ให้มีความเข้มแข็งเพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนสู่การแก้ไขปัญหาของ สังคมและประเทศชาติได้

ศศิพัฒน์ ยอดเพชร (2535 อ้างใน ศุภวรรษ เชื้อเมืองพาน, 2557: 8) ได้กล่าวว่าการที่ประชาชนจะมีส่วนร่วมโดยเป็นผู้กระทำการพัฒนาตนเองมิใช่เป็นเพียงผู้รับการพัฒนา นั้น ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การมีส่วนร่วมเกิดขึ้นได้อย่างมั่นคง ประกอบด้วย

ปัจจัยที่ 1 การเกี่ยวข้องทางจิตใจและอารมณ์ เป็นการเกี่ยวข้องทั้งตัว ไม่ใช่เฉพาะแต่การเกี่ยวข้องทางด้านกำลังกายหรือทักษะ กล่าวคือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะมีส่วนร่วมทางจิตไม่เพียงเฉพาะด้านการทำงานเท่านั้น

ปัจจัยที่ 2 การกระทำ ที่ทำให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ ก็เท่ากับการเปิดโอกาสให้เขาได้แสดงความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และกระทำเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ดังนั้น การมีส่วนร่วมจึงจำเป็นมากกว่าการยินยอมพร้อมใจของบุคคล กลุ่ม ชุมชนต่อสถานการณ์นั้นๆ

ปัจจัยที่ 3 การร่วมรับผิดชอบ เมื่อเกิดการเกี่ยวข้องด้านจิตใจ อารมณ์ และได้ทำการให้แก่สถานการณ์กลุ่มแล้ว ผู้มีส่วนร่วมจะเกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มนั้นด้วย การมีส่วนร่วมเป็น

กระบวนการทางสังคมที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับกลุ่มและต้องการเห็นผลสำเร็จของการทำงานนั้นด้วย จึงเกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่ม

การมีส่วนร่วมต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของเสรีภาพ และความเสมอภาค ซึ่งกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ หรือแรงเสริมในการมีส่วนร่วม โดยมีปัจจัยทางจิตใจและอารมณ์ ทำให้เกิดการกระทำและการร่วมรับผิดชอบ

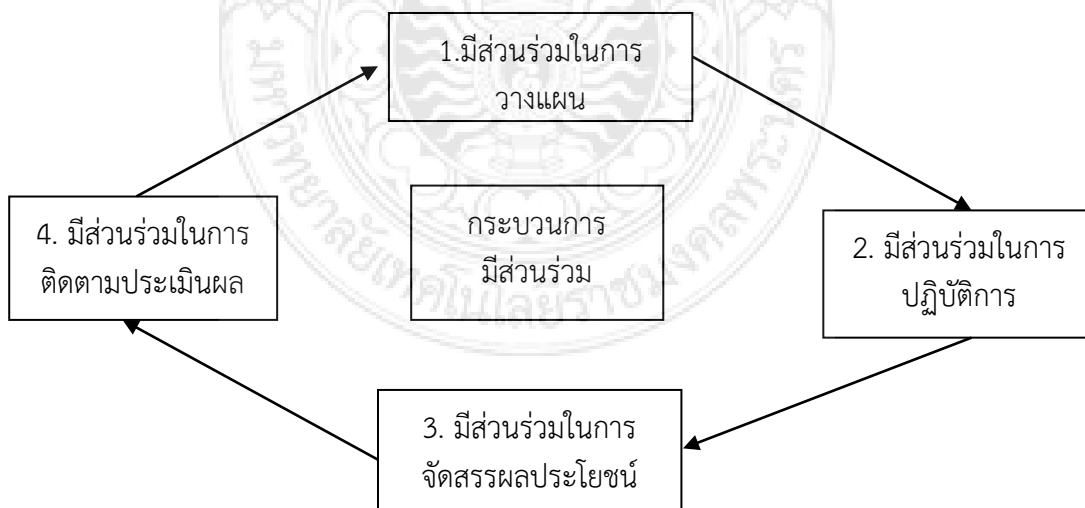
สรุปได้ว่ากระบวนการมีส่วนร่วมที่ประชาชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้จนครบวงจร ซึ่งสามารถจัดแบ่งขั้นตอนง่ายๆ 4 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 มีส่วนร่วมในการวางแผน ประกอบด้วยการรับรู้ เข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการวางแผน และร่วมวางแผนกิจกรรม

ขั้นตอนที่ 2 มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ/ดำเนินการ ประกอบด้วยการเกี่ยวข้องกับการดำเนินการในกิจกรรมต่างๆ และการตัดสินใจ

ขั้นตอนที่ 3 มีส่วนร่วมในการจัดสรรประโยชน์ เป็นการมีส่วนร่วมในการจัดสรรประโยชน์หรือผลของกิจกรรม หรือผลของการตัดสินใจที่เกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 มีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล เกี่ยวข้องกับความพยายามที่จะประเมินผลของโครงการ กิจกรรมต่างๆ และพิจารณาวิธีการที่จะดำเนินการต่อเนื่องต่อไป ประชาชนจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับการคิดเกณฑ์ในการประเมินโครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ ด้วย ซึ่งผลของกระบวนการประเมินนี้จะกลายเป็นปัจจัยนำเข้าไปในกระบวนการมีส่วนร่วมขั้นที่ 1 ซึ่งเป็นขั้นตอนของการวางแผนต่อไป ดังรูป



ภาพที่ 2.1 แสดงรูปแบบการมีส่วนร่วม

## 5. ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชุมชนนาขุนแสนโฮมสเตย์ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

สโลแกนนาขุนแสน

หมู่บ้านนาขุนแสนแดนวัฒนธรรมไท-ยวน

### ประวัติความเป็นมาของโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

หมู่บ้านนาขุนแสนมีประวัติความเป็นมายาวนานตั้งแต่สมัยราชกาลที่ 1 โดยรัชกาลที่ 1 ได้โปรดเกล้าให้เจ้าเมืองเชียงใหม่ย้ายมาอยู่ที่จังหวัดราชบุรี ส่วนใหญ่ก็ย้ายมาอยู่ที่บ้านนาขุนแสน ตั้งแต่ พ.ศ. 2435 โดยชาวบ้านนาขุนแสนได้เล่าว่าสืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษชาวเชียงใหม่ ซึ่งเป็นอาณาจักรล้านนาไทยหรือโยก เรียกตัวเองว่า “ญวน” หมู่บ้านเดิมเรียกว่าท่าสะแก ต่อมาแยกหมู่บ้านเป็นนาขุนแสน (ฝั่งซ้ายลำน้ำชี) ที่มาของชื่อหมู่บ้านมาจากการที่มีทหารพม่ามาตั้งค่ายอยู่บริเวณหมู่บ้าน พอทหารพม่าย้ายกลับจึงเรียกว่า วัดประชุมพลแสน (พลแสงทหารพม่าที่มาตั้งค่ายเป็นแสน) จึงเป็นหมู่บ้านมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งชื่อหมู่บ้านในปัจจุบันกลายเป็นบ้านนาขุนแสน แต่สำหรับวัดยังชื่อ “วัดประชุมพลแสน”

อาณาเขต

บ้านนาขุนแสนมีพื้นที่ทั้งหมด 8,000 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อดังนี้  
ทิศเหนือ ติดต่อกับบ้านทุ่งศาลา หมู่ 2 และ หมู่ 4 ต.ป่าหวาย  
ทิศใต้ ติดต่อกับบ้านบ่อ หมู่ 1 สวนผึ้ง  
ทิศตะวันตก ติดต่อกับบ้านห้วยคลุ้ม

ในปี 2556 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสวนผึ้งและจังหวัดราชบุรีได้รับงบประมาณสนับสนุนจากงบยุทธศาสตร์ ดำเนินงานหมู่บ้าน “OTOP เพื่อการท่องเที่ยว” เพื่อให้มีการพัฒนาสินค้า OTO และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่การสร้างรายได้ที่ให้แก่คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการจัดการชุมชน และในปีนั้นอำเภอสวนผึ้งมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเป็นจำนวนมากจนเกิดปัญหาการจราจรติดขัด ที่พักไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอจึงได้จัดให้มีการประชุมโดยมีพัฒนาการอำเภอ ผู้นำชุมชนและชาวบ้านประมาณ 30 ครั้งเรียนปรึกษาหารือและร่วมกันคัดเลือกชุมชนให้เป็นหมู่บ้าน OTO เพื่อการท่องเที่ยว ในที่ประชุมจึงมีมติให้ชุมชนนาขุนแสนเนื่องจากนาขุนแสนเป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมมีเอกลักษณ์ คือวัฒนธรรมไท-ยวน โดยมีผู้ใหญ่สายสุนีย์ สุขสมพงษ์ และสมาชิกทุกคนร่วมแรงร่วมใจกันตั้งกลุ่มโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

## ทะเบียนบ้านพักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

ที่	ชื่อ	รองรับ ได้ (คน)	ที่ตั้ง	เจ้าของ/ผู้ดูแล	เบอร์โทรติดต่อ	หมายเหตุ
1	บ้านป่าเถา	10-12	ซอย 5	นางสำเภา วิถี	085 703 8209	
2	บ้านป่าสอน	3	ซอย 5	นางรัตนา สุขสวัสดิ์	086 069 6964	
3	บ้านป่าน้อย	3-4	ซอย 6	นางสมญา กั้นธวัช	089 911 1911	
4	บ้าน อบต.รังษี	3-4	ซอย 6	นางสาวรังษี แสงวรกิจ	061 475 9301	
5	บ้านวรวิริน	4-6	ซอย 6	นางชลดา แสงวรกิจ	081 351 7759	ไม่รับชายล้วน
6	บ้านมนัสยา 1	3	ซอย 6	นางอำไพ โพธิ์อบ	086 722 1554	
7	บ้านมนัสยา 2	8	ซอย 6	นางอำไพ โพธิ์อบ	086 722 1554	
8	บ้านริมทุ่ง	4-10	ซอย 7	นางสมยงค์ มณีงาม	089 910 9505	
9	บ้านนงคราญ	8	ซอย 8	นางนงคราญ รสหวาน	087 151 4479	
10	บ้านแพรวพร	4-6	บ้านฉิม	นางสายพิณ เชื้อหาญ	082 240 5199	

## ตารางที่ 2.3 แสดงทะเบียนบ้านพักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

## โครงสร้างการบริหารจัดการโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

ตำแหน่ง	ชื่อ สกุล	เบอร์ติดต่อ	หมายเหตุ
ประธาน	นางสายสุนีย์ สุขสมพงษ์	089 257 8051	
รองประธาน	นายทองหล่อ ชมพูพันธ์		
เลขานุการ	นางสาวรังษี แสงวรกิจ	061 475 9301	
เหรัญญิก	นางเพ็ญพักตร์ นพศรี		
ประชาสัมพันธ์	นางสายพิณ เชื้อหาญ	082 240 5199	
กลุ่มที่พักโฮมสเตย์	นางชลลดา แสงวรกิจ	081 351 7759	
กลุ่มอาหาร	นางสาวพัชรา บัวสา	089 982 8687	
กลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยว	นางสาวรังษี แสงวรกิจ	061 475 9301	
กลุ่มของที่ระลึก	นางรัตนา สุขสวัสดิ์	086 069 6964	
กลุ่มดูแลความปลอดภัย	นายมานพ เสมอใจ	085 292 8535	

## ตารางที่ 2.4 แสดงโครงสร้างการบริหารจัดการโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

## โปรแกรมนำเที่ยวของโฮมสเตย์

โปรแกรมที่ 1 วันเดียว ไปเช้าเย็นกลับ

ศึกษาดูวิถีชีวิตของชุมชน ชมธรรมชาติ ต้นยางใหญ่ กล้วยไม้ป่า สวนส้มโอ สวนผัก การเพาะเห็ด บ้านเกษตรกรตัวอย่าง ชมการสาธิตผลิตภัณฑ์ของชุมชน 1 อย่าง ชิมอาหารพื้นบ้าน ชมสินค้าและผลิตภัณฑ์ในชุมชนก่อนเดินทางกลับ

โปรแกรมที่ 2 2 วัน 1 คืน

ชมธรรมชาติยามเย็นที่สะพานวัฒนธรรมไท-ยวนเหนือแม่น้ำลำภาชี พักแบบโฮมสเตย์ ขึ้นชมบรรยากาศยามเช้า ทำบุญตักบาตร ไหว้พระขอพรหลวงปู่เกษ ทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของบ้านพัก เที่ยวชมศึกษาธรรมชาติลำห้วยคุ่มน้อย ต้นยางใหญ่ กล้วยไม้ป่า ศึกษาดูวิถีชีวิตของชุมชน การทำสวนส้มโอ การเพาะเห็ด บ้านเกษตรกรตัวอย่าง ชิมอาหารพื้นบ้านและชมการสาธิตผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 อย่าง ฝึกทำอาหารพื้นบ้าน ชมสินค้าและผลิตภัณฑ์ในชุมชนก่อนเดินทางกลับ

## ข้อพึงปฏิบัติของนักท่องเที่ยว

1. ห้ามนักท่องเที่ยวนำต้นไม้หรือกล้าไม้ออกจากป่าโดยเด็ดขาด
2. ห้ามกระทำการใดๆ ที่ก่อให้เกิดการผิดจารีตประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน
3. ห้ามดื่มสุราและส่งเสียงดังรบกวนชาวบ้านในยามวิกาล
4. ห้ามเล่นการพนัน และนำยาเสพติดเข้ามาในชุมชนโดยเด็ดขาด
5. ห้ามล่าสัตว์ ห้ามยิงสัตว์ทุกชนิดในพื้นที่ที่หมู่บ้านรับผิดชอบ
6. ทิ้งขยะในบริเวณที่จัดไว้
7. การเข้ามาท่องเที่ยวและพักในชุมชน ต้องติดต่อจองล่วงหน้าอย่างน้อย 3 วัน พร้อมโอนเงิน

มัดจำ 30%

หมายเหตุ ทางชุมชนสงวนสิทธิ์ในการจัดที่พักและที่ท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ เว้นแต่ได้รับความเห็นชอบจากชุมชน

## ทรัพยากรของชุมชน

1. ต้นยางใหญ่ ที่มีอายุมากกว่า 200 ปี มีขนาด 7 คนโอบ เป็นป่ายางที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ในทุก ๆ ปี จะมีการทำพิธีบวขต้นไม้เพื่อเป็นการคุ้มครองรักษาต้นไม้ไว้ไม่ให้มีการตัดโค่นทำลาย

2. แม่น้ำ/ลำห้วย หมู่บ้านนาขุนแสนมีแม่น้ำสำคัญไหลผ่านด้วยกัน 2 สาย ได้แก่ ลำห้วยคลุม ซึ่งลำห้วยนี้จะไหลผ่านต้นยางใหญ่ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของหมู่บ้าน และแม่น้ำลำภาชี ซึ่งชาวบ้านจะใช้ แม่น้ำสองสายนี้ในการทำเกษตรกรรมต่าง ๆ ทั้งปลูกผัก ทำสวน ทำไร่

3. ป่าสาธารณะ เป็นป่าที่คนในหมู่บ้านยังคงช่วยกันรักษาผืนป่านี้เอาไว้ ภายในป่าก็มีทั้งพืช ตามฤดูกาล เช่น หน่อไม้ เห็ด และยังมีพืชสมุนไพรต่างๆ มากมาย

สถานที่ท่องเที่ยวในยามเย็นคือสะพานสีชมพู (สะพานไท-ยวน) หมู่บ้านนาขุนแสนยังเป็นหมู่บ้านที่อนุรักษ์วัฒนธรรมของล้านนา ทั้งภาษาและวิถีชีวิต และมีธรรมชาติล้อมรอบด้วยธารน้ำธรรมชาติที่สวยงาม

### ศิลปวัฒนธรรม

1. การแต่งกาย ปัจจุบันชาวบ้านนาขุนแสนจะใส่ชุดไท-ยวนเฉพาะเวลาไปทำบุญหรือมีเทศกาลงานบุญเท่านั้น

2. การแสดง สมาชิกในหมู่บ้านจะมีการแสดงที่ถือเป็นการอนุรักษ์เอกลักษณ์ของหมู่บ้านไว้คือ รำวง และร้องเพลงพื้นบ้าน เช่น เพลงดีดดีด เพลงเครื่องบินรบ เป็นต้น

บุคคลสำคัญในหมู่บ้านนี้ยังคงอนุรักษ์การแต่งกายและการม้วนผมแบบชาวไท-ยวนอยู่ก็คือ คุณแม่แก้ว ซึ่งท่านสามารถร้องเพลงพื้นบ้านหรือเพลงกล่อมของชาวไท-ยวนได้ดีอีกด้วย

### ประเพณี

มีการจัดงานประเพณีต่างๆ ไปคล้ายกับหมู่บ้านอื่น แต่ที่แตกต่างออกไปได้แก่

1. ประเพณีสลากภัต เป็นประเพณีที่ชาวบ้านมีการทำเครื่องอัฐบริขารเพื่อถวายพระสงฆ์ในวันเข้าพรรษา ซึ่งเป็นประเพณีที่คล้ายๆ กับทางภาคเหนือ

2. ประเพณีทำบุญกลางบ้านเดือน 6 เป็นการประชุมกันของชาวบ้าน ซึ่งจะนำอาหารทั้งคาวและหวานมาเลี้ยงพระกลางสี่แยก ช่วงเวลาที่จะทำประเพณีนี้คือ เดือน 6 ของทุกปี

3. ประเพณีถวายเครื่องเซ่นไหว้เจ้าพ่อส่วย และเจ้าแม่พิมพา จะจัดในเดือน 5 ของทุกปี ชาวบ้านจะนำเครื่องเซ่นไหว้ อันประกอบด้วย ไก่หนุ่ม ไก่แก่ เหล้าขาว ขนมต้มแดงต้มขาว มาถวายที่ศาลของเจ้าพ่อ แต่หากชาวบ้านคนไหนที่ไม่สะดวกมาถวายที่ศาล ก็สามารถถวายที่บ้านได้โดยทำการเรียกเจ้าพ่อเจ้าแม่ให้มารับของเซ่นไหว้ที่บ้านได้เช่นเดียวกัน

4. ประเพณีการรับขวัญเด็ก เป็นการรับขวัญทารกแรกเกิดหลังจากออกจากโรงพยาบาล โดยมีวิธีการคือ เมื่อได้ฤกษ์ยามยามดี บรรดาญาติจะมาชุมนุมล้อมกันเป็นวงกลม ให้เด็กที่ทำพิธีรับขวัญอยู่ตรงกลาง จะนำเด็กทารกใส่ไว้ในกระดัง หากผู้ปกครอง ปู่ ย่า ตา บาย ญาติพี่น้องคนไหนจะรับขวัญด้วยเงินทอง ก็เอาเงินทองใส่ในกระดัง ผู้อาวุโสที่สุดก็จะจุดธูปเทียนบูชาพร้อมทั้งกล่าวอัญเชิญเทวดา



มาให้คุณแม่ครองเด็ก ต่อจากนั้นก็จะมีอาการผุ่ค้ำยสายสัญญาณที่ข้อมือ ผู้ทำพิธีจะเอาแบ่งกระแจะเจิมที่หน้าผากแล้วใช้ข้อนตักน้ำให้กิน 5 ข้อน พร้อมกล่าวให้พร อันเป็นการเสร็จพิธี ญาติผู้ใหญ่ท่านอื่นก็ทำผูกข้อมือให้ครบทุกคน หลังจากนั้นจะมีอยู่ 2 กรณี คือ

4.1 ให้นำเครื่องบายศรีปากชามและเครื่องกระยาบวชไปเทเช่นผีไว้กลางแจ้ง นอกจากนั้นห่อผ้าวางไว้ข้างเบาะเด็ก 3 วัน แล้วนำผ้านั้นไปลอยในน้ำที่มีการไหลเวียนอยู่เสมอ เช่นแม่น้ำเพื่อเพิ่มความเป็นสิริมงคล

4.2 ให้ร่อนกระดังหมนไป 3 รอบ แล้วโยน (ยื่นเบา ๆ) ให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งรับกระดังนั้นไว้ ถือว่ารับเป็นแม่อีกคน ตามคำโบราณที่เคยได้ยินกันว่า เด็กทุกคนที่เกิดมาจะมีแม่ชื่อประจำตัว (แม่ชื่อคือเทวดาข้างกายทารกต่าง ๆ ประจำวันเกิดทั้ง 7 วัน) ชาวบ้านเชื่อว่าแม่ชื่อคือผีที่มีจิตใจริษยาและอาจทำให้ทารกไม่สบายได้ แม่ชื่อทั้งเจ็ดตนอาจจะสำแดงเดชให้ทารกได้รับความเจ็บป่วยแตกต่างกันไป เช่น ทำให้ปวดท้อง อาเจียน ร้องไห้ไม่หยุด หรือบางครั้งอาจมีหวาดผวา จึงมีการร่อนกระดังว่า “สามวันลูกผี สี่วันลูกของใคร ใครรับเอาไปเน้อ” ฝ่ายพ่อแม่ก็จะว่าเป็นลูกตน คนทำพิธีก็จะส่งลูกให้ แม่ชื่อเดิมก็จะรู้ว่าทารกนั้นเป็นลูกคนแล้วก็จะไม่มารบกวนอีก

## 6. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การขยายตัวของการท่องเที่ยวมีผลทำให้เกิดการขยายตัวในการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวทุกองค์ประกอบ เช่นการลงทุนด้านธุรกิจที่พัก ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจอาหารและบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งถือเป็นปัจจัยเสริมศักยภาพและประสิทธิภาพด้านบริการท่องเที่ยว จึงต้องพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวทั้งด้านปริมาณ คุณภาพและการออกแบบให้กลมกลืนกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ธุรกิจท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน แต่เนื่องจากธุรกิจท่องเที่ยวมักถือกำไรสูงสุดเป็นเป้าหมายหลัก ทำให้ขัดต่อการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพราะผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมักจะพยายามลดค่าใช้จ่ายของตนเพื่อหวังกำไรสูงสุด โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งแนวคิดการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนส่วนใหญ่จะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่จะมีลักษณะปลีกย่อยที่แต่ละประเภทธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องปรับตัวเป็นพิเศษ ขอเสนอลักษณะที่สำคัญมีอยู่ 16 ประการดังต่อไปนี้ คือ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องศึกษาให้เข้าใจถึงผลกระทบของธุรกิจตนเองต่อสิ่งแวดล้อม และต้องมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้และปลูกจิตสำนึกแก่พนักงานของตนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย
2. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องไม่เปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ที่จะทำให้เกิดการชะล้างพังทลายของดิน และการเปลี่ยนทางเดินของน้ำ
3. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องไม่ปิดกั้นหรือรุกรานพื้นที่สาธารณะในขั้นตอนการออกแบบ การก่อสร้าง และการดำเนินงาน
4. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องออกแบบอาคารให้เหมาะสมกลมกลืนกับ

สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ อาจเป็นแบบสถาปัตยกรรมใหม่ ๆ หรือเป็นแบบพื้นบ้านที่สวยงามตามธรรมชาติและบรรยากาศรอบ ๆ ตัวก็ได้ พร้อมทั้งแก้แบบพัฒนาบริเวณรอบ ๆ อาคารให้สวยงามและสะอาดอยู่เสมอ นอกจากนี้ควรตั้งถังขยะไว้ในที่เหมาะสมและไม่ทำลายความสวยงามของสภาพแวดล้อมด้วย

5. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องไม่ประดับสถานที่ทั้งภายในและภายนอกอาคารด้วยชิ้นส่วนของสัตว์ป่าและสัตว์ทะเลทุกชนิด

6. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องไม่ใช้โบราณวัตถุและวัตถุมงคลอันเป็นที่เคารพนับถือของชุมชนและสังคมมาเป็นส่วนประดับสถานที่

7. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องไม่นำสัตว์ป่าทุกชนิดมาเลี้ยง เพื่อดึงดูดให้มีผู้มาใช้บริการ รวมทั้งสัตว์น้ำที่หายากด้วย

8. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องลดขยะและมลพิษลงเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดขยะและมลพิษ โดยสามารถทำได้ดังต่อไปนี้

8.1 ซื้ของเป็นกล่องใหญ่เพื่อหลีกเลี่ยงขยะจากซองหรือห่อเล็ก ๆ

8.2 ซื้ของที่บรรจุด้วยภาชนะที่สามารถนำกลับมาใช้หมุนเวียนใหม่ได้

8.3 อย่าทิ้งหนังสือพิมพ์ลงในถังขยะ

8.4 อย่าห่อสิ่งของที่ไม่จำเป็นต้องห่อ

8.5 อย่าใช้กระดาษฟุ่มเฟือยในสำนักงาน โดยเขียนรายงานเพียง 1 ฉบับแล้วให้เซ็นทราบในรายงานฉบับนี้ และควรใช้กระดาษ 2 หน้า

8.6 ลดและจัดแบบฟอร์มที่ไม่จำเป็น

9. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องหาทางนำขยะกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) อันเป็นการนำของที่ใช้แล้วมาหมุนเวียนใช้อีก เพื่อให้เกิดประโยชน์และประหยัด โดยมีกรวิเคราะห้อย่างเป็นระบบดังนี้

9.1 ตรวจสอบว่าสิ่งที่คุณทิ้งมีอะไรที่สามารถนำกลับมาใช้ได้บ้าง และอะไรที่ต้องทิ้งไป สิ่งที่สามารถนำกลับมาใช้ได้ไม่ควรทิ้งลงขยะ เช่นหญ้าที่ตัดแล้วและเศษอาหารในห้องครัวสามารถนำไปทำปุ๋ยได้ เป็นต้น

9.2 ขยะบางชนิดนำไปขายได้ ควรนำไปขาย เช่นพลาสติก ขวด หนังสือพิมพ์ ลังกระดาษ เป็นต้น

9.3 แจกจ่ายของเหลือใช้ที่ยังมีประโยชน์กับการกุศล เช่นนำเศษสบู่และขวดแชมพูที่เหลือจากห้องพักแขกไปมอบให้การกุศลแทนที่นำไปทิ้งขยะ เป็นต้น

10. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องไม่ใช้สารที่เป็นตัวทำลายชั้นบรรยากาศและระบบน้ำ อันได้แก่

10.1 ไม่ใช่สิ่งที่ทำด้วย Styrofoam หรือ Polystyrene ซึ่งเป็นวัสดุที่อันตรายมาก เพราะขั้นตอนการผลิตต้องใช้สารคลอโรฟลูออโรคาร์บอนส์ (CFC) จะทำลายชั้นของโอโซนและไม่สามารถย่อยสลายวัสดุนี้ได้

10.2 ไม่ใช่สเปรย์ที่มีสาร CFC เพราะกระป๋องสเปรย์สำหรับฉีดให้เป็นละอองโดยไม่ใช้สบู (Aerosols) ซึ่งอาจจะระเบิดในเตาขยะ รถอัดขยะ หรือแม้แต่ในบริเวณฝักกลบขยะจึงควรหันมาใช้กระป๋องสเปรย์ที่ใช้สบูซึ่งสามารถเติมใหม่ (Refill) และนำกลับมาใช้ใหม่ได้

10.3 ไม่ใช่น้ำยาล้างจานและผงซักฟอกที่มีสารฟอสเฟต เพราะสารนี้จะทำให้น้ำเสียเนื่องจากไม่ย่อยสลายเมื่อไปรวมตัวอยู่ในแม่น้ำลำคลอง ทำให้ออกซิเจนในน้ำน้อยลง สิ่งมีชีวิตในน้ำจะตาย

11. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องหาวิธีประหยัดน้ำและไฟในสถานประกอบการของตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดเงินค่าน้ำและไฟแล้ว ยังช่วยประหยัดน้ำและไฟของประเทศด้วย นอกจากนี้ยังช่วยลดผลเสียต่อระบบนิเวศวิทยาต่าง ๆ เช่น ลดการเผาไหม้ น้ำมันเพื่อผลิตกระแสไฟฟ้าลงอันเป็นการลดแก๊สคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศลงและช่วยไม่ให้มีผลต่อโอโซน เป็นต้น

12. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับส่วนแบ่งจากการกระจายได้ที่เหมาะสม

13. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องให้ความเคารพต่อประชาชนและสภาพแวดล้อม โดยไม่มุ่งก่อกองโยกผลประโยชน์เป็นสำคัญจนล้นเกินขีดความสามารถรองรับ (Carrying Capacity) นักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น

14. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องจัดโครงการส่งเสริมสิ่งแวดล้อม โดยร่วมกับคนในชุมชนท้องถิ่นเพื่อคืนกำไรสู่แหล่งท่องเที่ยว

15. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องพยายามรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการของตนมีส่วนช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยติดแผ่นป้ายให้ช่วยรักษาความสะอาดและช่วยดูแลสิ่งแวดล้อมด้วย

16. ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวทุกประเภทจะต้องติดตามผลกระทบจากการประกอบธุรกิจของตนต่อสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอยู่

การพัฒนาสู่ธุรกิจการขนส่งแบบยั่งยืน

การที่ธุรกิจการขนส่งจะพัฒนาสู่ธุรกิจการขนส่งแบบยั่งยืนได้นั้น ผู้ประกอบธุรกิจการขนส่งทุกประเภทจะต้องพัฒนาการให้บริการขนส่งของตนแก่นักท่องเที่ยวอย่างประทับใจ ในขณะเดียวกันก็ต้องอนุรักษ์สภาพแวดล้อมควบคู่ไปด้วย จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบธุรกิจการขนส่งจะต้องสร้างแนวคิด

เพิ่มเติมจากที่ได้กล่าวไปแล้วเพื่อพัฒนาธุรกิจการขนส่งของตนสู่การเป็นธุรกิจการขนส่งแบบยั่งยืน อย่างน้อยอีก 3 ประการ คือ

1. ผู้ประกอบธุรกิจขนส่งทุกประเภทจะต้องใช้ยานพาหนะที่เครื่องยนต์ใช้เชื้อเพลิงก่อกมลพิษทางอากาศน้อยที่สุด เช่นเครื่องยนต์ที่ใช้ก๊าซธรรมชาติ ก๊าซโพเทน พลังไฟฟ้า พลังแบตเตอรี่ พลังแสงอาทิตย์ เป็นต้น และต้องใช้อย่างประหยัดด้วย
2. ผู้ประกอบธุรกิจขนส่งทุกประเภทจะต้องไม่ใช้ยานพาหนะที่เครื่องยนต์มีเสียงดังเกินควร อันก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียงรบกวนประชาชนที่อาศัยอยู่ในละแวกใกล้เคียง
3. ผู้ประกอบธุรกิจขนส่งทุกประเภทจะต้องป้องกันมิให้น้ำมันเชื้อเพลิงในเครื่องยนต์ของยานพาหนะรั่วไหล อันจะก่อให้เกิดอันตรายและมลภาวะขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งมลภาวะทางน้ำซึ่งจะเป็นอันตรายต่อสิ่งมีชีวิตในน้ำ

การที่ธุรกิจที่พักรวมจะพัฒนาสู่ธุรกิจที่พักรวมแบบยั่งยืนได้นั้น ผู้ประกอบธุรกิจที่พักรวมทุกประเภทจะต้องพัฒนาให้บริการที่พักรวมแก่นักท่องเที่ยวอย่างประทับใจ ในขณะเดียวกันก็ต้องอนุรักษ์สภาพแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบธุรกิจที่พักรวมจะต้องสร้างแนวคิดเพิ่มเติมจากที่ได้กล่าวไปแล้วเพื่อพัฒนาธุรกิจที่พักรวมไปสู่การเป็นธุรกิจที่พักรวมแบบยั่งยืนอย่างน้อย 4 ประการคือ

1. ผู้ประกอบธุรกิจที่พักรวมจะต้องหาวิธีประหยัดพลังงานให้มาก เพราะเป็นค่าใช้จ่ายที่สูงสำหรับที่พักรวม การประหยัดค่าพลังงานของธุรกิจได้ยิ่งช่วยประหยัดพลังงานของประเทศอีกด้วย นอกจากนี้ยังช่วยลดผลเสียต่อระบบนิเวศวิทยาต่าง ๆ เช่นลดการเผาไหม้น้ำมันลง ทำให้เกิดก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในอากาศน้อยลง และช่วยไม่ให้มีผลต่อโอโซนด้วย เป็นต้น วิธีการประหยัดพลังงานของที่พักรวมสามารถทำได้ดังนี้คือ

- 1.1 ฝึกนิสัยของตัวเองและของพนักงานทุกคนให้ปิดไฟทันทีเมื่อไม่ใช้
- 1.2 เลือกใช้หลอดไฟที่ประหยัดพลังงานแทน โดยเปลี่ยนหลอดไฟอินแคนเดสเซนต์มาเป็นหลอดไฟคอมแพคฟลูออโรสเซสเซนต์แทน
- 1.3 ติดตั้งระบบควบคุมการใช้ไฟอัตโนมัติทุกห้องพัก เมื่อผู้พักออกห้องพัก ไฟในห้องพักจะปิดหมดทันทีโดยอัตโนมัติ เพื่อป้องกันผู้พักลืมปิดไฟหรือลืมปิดเครื่องปรับอากาศ หรือลืมปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าอื่น ๆ

2. ผู้ประกอบธุรกิจที่พักรวมจะต้องหาวิธีประหยัดน้ำให้มาก อันเป็นการลดยอดค่าใช้จ่ายที่สูงสำหรับที่พักรวมโดยเฉพาะโรงแรมหรือรีสอร์ท ซึ่งหากธุรกิจสามารถประหยัดเงินค่าน้ำแล้วยังช่วยประหยัดน้ำของประเทศอีกด้วย วิธีการประหยัดน้ำของที่พักรวมสามารถทำได้ 2 วิธี คือ

- 2.1 วิธีประหยัดการใช้น้ำธรรมดา ซึ่งมีหลายวิธีที่ช่วยประหยัดการใช้น้ำธรรมดาดังต่อไปนี้คือ

- 1) พยายามใช้น้ำให้น้อยลง เพื่อช่วยประหยัดน้ำ ค่าบำบัดน้ำเสียและค่าไฟฟ้าที่ใช้

## กับปั๊มน้ำ

- 2) พยายามดูแลซ่อมแซมอย่าปล่อยให้มีการรั่ว เพราะทำให้เสียน้ำโดยใช่เหตุ
- 3) หมั่นตรวจเช็คโครกอย่าให้น้ำในถังรั่วลงในชักโครก
- 4) ติดตั้งชักรอกและฝักบัวแบบประหยัดน้ำ
- 5) ติดตั้งเครื่องอัดอากาศและเครื่องปิดน้ำอัตโนมัติกับทุกก๊อกน้ำ

## 2.2 วิธีประหยัดการใช้น้ำร้อน ซึ่งมีหลายวิธีที่ช่วยประหยัดการใช้น้ำร้อนดังต่อไปนี้

- 1) หมั่นตรวจแท็งก์และท่อน้ำร้อนให้มีฉนวนกันความร้อน ป้องกันมิให้ความร้อน

## สูญหายมาก

- 2) ล้างแท็งก์น้ำทุก ๆ เดือนเพื่อไม่ให้มีตะกอนที่เป็นเหตุให้น้ำไม่ร้อนเท่าที่ควร
- 3) ตรวจสอบแก๊สหรือไฟที่ใช้ต้มน้ำร้อนว่าทำงานสม่ำเสมอหรือไม่
- 4) ตรวจสอบการทำงานของเทอร์โมสตัทบ่อย ๆ ว่ายังทำงานเป็นปกติหรือไม่
- 5) ตรวจสอบสภาพของ Temperature Mixing Valves อย่างน้อยปีละครั้งว่ายัง

## ทำงานดีหรือไม่

- 6) พยายามใช้น้ำร้อนอย่างประหยัด โดยใช้เท่าที่จำเป็น
- 7) ติดตั้งเครื่องทำน้ำร้อนจากพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อประหยัดพลังงานไฟฟ้าและ

## ลดมลภาวะทางอากาศ

3. ผู้ประกอบธุรกิจที่พักแรมจะต้องพยายามซื้ออาหารที่ปลอดภัยและมีไขมันมากที่สุด เนื่องจากอาหารที่ปลอดภัยจะมีประโยชน์ต่อร่างกายและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจมักนิยมบริโภคอาหารประเภทนี้ โดยติดป้ายในหีบอาหารบอกให้นักท่องเที่ยวทราบว่าที่พักแรมของตนใช้อาหารปลอดภัยและมีบริการลูกค้า

4. ผู้ประกอบธุรกิจที่พักแรมจะต้องพยายามรณรงค์ให้ลูกค้าที่มาพักมีส่วนช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งวางกล่องสีเขียวเขียนคำว่า “Green Accommodation” พร้อมคำชี้แจงเรื่องการนำของกลับมาใช้ใหม่ไว้ในห้องพัก และขอให้นักท่องเที่ยวให้นำสิ่งที่สามารถนำกลับมาใช้หมุนเวียนใช้ใหม่ได้ในกล่องสีเขียว ส่วนของที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ให้ใส่ในถังขยะ โดยแยกถังขยะออกเป็นถังขยะธรรมดาและถังขยะสารพิษ พร้อมติดป้ายไว้อย่างชัดเจน ทางที่ดีพยายามเลิกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีสารพิษ เพราะการทำลายขยะสารพิษต้องการใช้กรรมวิธีที่ยุ่งยาก

## การพัฒนาธุรกิจอาหารและบันเทิงอย่างยั่งยืน

การที่ธุรกิจอาหารและบันเทิงจะพัฒนาสู่ธุรกิจอาหารแบบยั่งยืนได้นั้น ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องพัฒนาบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยวอย่างประทับใจ ในขณะเดียวกันก็ต้องอนุรักษ์

สภาพแวดล้อมควบคุมกันไปด้วย จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและบันเทิงจะต้องพัฒนาธุรกิจเพิ่มเติมจากที่กล่าวมาแล้วอย่างน้อยอีก 6 ประการคือ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและบันเทิงจะต้องปรุงอาหารอย่างถูกต้องหลักสุลักษณะอนามัย เพื่อมิให้ผู้บริโภคอาหารแล้วเกิดท้องเสียหรือเป็นอันตรายจากอาหารเป็นพิษและจะต้องไม่ใช่สัตว์ป่าในการปรุงอาหาร เพื่อป้องกันการล่าสัตว์ป่ามาขาย อันจะทำให้สัตว์ป่าเหล่านั้นสูญพันธุ์ไป

2. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและบันเทิงจะต้องพยายามปรุงอาหารด้วยที่ปลอดสารเคมีให้มากที่สุด เนื่องจากอาหารที่ปลอดสารเคมีจะมีประโยชน์ต่อร่างกายและสิ่งแวดล้อม โดยติดป้ายแจ้งให้ลูกค้าทราบว่าร้านอาหารนี้ปลอดสารเคมีในการปรุงอาหาร

3. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและบันเทิงจะต้องไม่ใช่สารที่เป็นตัวทำลายชั้นบรรยากาศและระบบน้ำ อันได้แก่

3.1 ในการห่ออาหารจะต้องไม่ใช่สิ่งห่อหุ้มที่ทำด้วย Styrofoam หรือที่เรียกว่า Polystyrene ซึ่งเป็นวัสดุอันตราย เพราะขั้นตอนการผลิตต้องใช้สารคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (CFC) จะทำลายชั้นโอโซน และไม่สามารถย่อยสลายวัสดุนี้ได้

3.2 ไม่ใช้น้ำยาล้างจานและผงซักฟอกที่มีสารฟอสเฟต เพราะสารนี้ทำให้น้ำเสียเนื่องจากไม่ย่อยสลาย

4. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและบันเทิงจะต้องพยายามใช้ภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่มนที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และประหยัด แต่ถ้าจำเป็นต้องใช้ภาชนะใส่อาหารและเครื่องดื่มที่ใช้แล้วทิ้ง จงใช้ภาชนะที่ทำด้วยกระดาษมากกว่าพลาสติก

5. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและบันเทิงจะต้องดูแลห้องครัวและห้องสุขาให้สะอาดอยู่เสมอ พร้อมทั้งมีระบบการกำจัดเศษอาหารและของเสียอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อมิให้สร้างมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม

6. ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและบันเทิงจะต้องพยายามรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวมารับประทานอาหารที่ร้านของตนมีส่วนช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยให้ช่วยกันรักษาความสะอาดในบริเวณสถานที่ในห้องน้ำ และลานจอดรถควรมีถังขยะรองรับขยะอย่างเพียงพอในจุดต่างๆที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม การพัฒนาธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์แบบยั่งยืน

การที่ธุรกิจนำเที่ยวพัฒนาสู่ธุรกิจนำเที่ยวแบบยั่งยืนได้นั้น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวทุกประเภทจะต้องพัฒนาการให้บริการนำเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวอย่างประทับใจ ในขณะเดียวกันก็ต้องอนุรักษ์สภาพแวดล้อมควบคุมกันไปด้วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ของตนสู่การเป็นธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างน้อย 5 ประการ คือ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะต้องจัดรายการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้กว้างขวางยิ่งขึ้น พร้อมทั้งจัดกิจกรรมท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้กับนักท่องเที่ยวด้วย

2. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะต้องพยายามใช้บริการของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ใช้บริการของธุรกิจที่พักแรมแบบยั่งยืน ใช้บริการของธุรกิจ การขนส่งแบบยั่งยืน ใช้บริการของธุรกิจอาหารและบันเทิงแบบยั่งยืน ใช้บริการของธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกแบบยั่งยืน เป็นต้น

3. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะต้องให้ความรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้นักท่องเที่ยวทราบก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้และมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และปฏิบัติตนเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพต่อสิ่งแวดล้อมแบบยั่งยืน ถ้าหากสามารถจัดทำเป็นเอกสารหรือคู่มือแจกให้นักท่องเที่ยวได้ก็ยิ่งดี

4. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะต้องเคารพกฎเกณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอย่างเคร่งครัด และต้องกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เหล่านั้นอย่างเคร่งครัดด้วย เพื่อมิให้มีการทำลายแหล่งท่องเที่ยวและสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเอง

5. ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวจะต้องจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึงเอกลักษณ์และความเปราะบางของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

ส่วนการพัฒนาภาคีเครือข่ายแบบยั่งยืนนั้น ภาคีเครือข่ายทุกคนจะต้องพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างถูกต้อง และบริการให้นักท่องเที่ยวประทับใจ และในขณะเดียวกันก็ต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย ผู้เป็นภาคีเครือข่ายจำเป็นต้องพัฒนาตนเองสู่ภาคีเครือข่ายแบบยั่งยืนอย่างน้อยอีก 6 ประการ คือ

1. ภาคีเครือข่ายจะต้องให้ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความรู้และมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและปฏิบัติตนเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพแบบยั่งยืน

2. ภาคีเครือข่ายจะต้องเคารพกฎเกณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด และต้องกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎเกณฑ์เหล่านั้นอย่างเคร่งครัดด้วย เพื่อมิให้ทำลายแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเอง

3. ภาคีเครือข่ายจะต้องช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและระบบนิเวศให้สมบูรณ์ โดยเฉพาะภาคีเครือข่ายแบบเดินป่าควรเป็นแบบอย่างที่ดีในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เป็นประโยชน์แก่อาชีพตนเองและสังคมส่วนรวม

4. ภาคีเครือข่ายจะต้องจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึงเอกลักษณ์และความเปราะบางของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

5. ภาคีเครือข่ายจะต้องช่วยส่งเสริมความเข้าใจอันดี เผยแพร่เกียรติคุณของประเทศและ

วัฒนธรรมอันดีงามของตนให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และยิ่งได้รับบริการที่ดีจากฝ่ายจัดรายการนำเที่ยวด้วยแล้วก็ยิ่งก่อให้เกิดความประทับใจมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

6. มัคคุเทศก์จะต้องพยายามรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการของตนมีส่วนร่วมในการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่นช่วยกันรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว ไม่ซื้อของที่ระลึกจากทะเลและสัตว์ป่า เป็นต้น

การพัฒนาธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกแบบยั่งยืน

การที่ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจะพัฒนาสู่ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกแบบยั่งยืนได้นั้น ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกทุกประเภทจะต้องพัฒนาสินค้าของตนให้นักท่องเที่ยวประทับใจ ในขณะเดียวกันก็ต้องอนุรักษ์สภาพแวดล้อมควบคู่กันไป ผู้ประกอบธุรกิจที่จะพัฒนาธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกสู่การเป็นธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกแบบยั่งยืนจะต้องมีแนวคิดเพิ่มเติมจากแนวคิดที่ได้กล่าวไปอย่างน้อยอีก 3 ประการ คือ

1. ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจะต้องไม่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่ทำลายระบบนิเวศและชีวภาพ เช่นไม่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากสัตว์และพืชในทะเล อันจะทำให้มีการทำลายสัตว์น้ำและระบบนิเวศทางทะเล ไม่จำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากสัตว์ป่าอันจะเป็นการล่าสัตว์ป่าให้สูญพันธุ์ เป็นต้น

2. ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจะต้องไม่ห่อสินค้าที่ระลึกด้วยสิ่งห่อหุ้มที่ทำจาก Styrofoam หรือที่เรียกว่า Polystyrene ซึ่งเป็นวัสดุอันตราย เพราะขั้นตอนการผลิตต้องใช้สารคลอโรฟลูออโรคาร์บอน (CFC) จะทำลายชั้นโอโซน และไม่สามารถย่อยสลายวัสดุนี้ได้

3. ประกอบธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจะต้องพยายามรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการมีส่วนร่วมในการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่นช่วยกันรักษาความสะอาดสถานที่ ไม่ใช้สารที่เป็นตัวทำลายชั้นบรรยากาศและระบบน้ำ ช่วยทิ้งขยะในที่รองรับขยะ ไม่ซื้อของที่ระลึกจากทะเลหรือสัตว์น้ำ สัตว์ป่า เป็นต้น

## 7. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

David A. Fennell (1999) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวแห่งภาควิชาบัณฑิตการและการพักผ่อนศึกษา มหาวิทยาลัยร็อก ประเทศแคนาดา ได้เสนอแนวคิดการท่องเที่ยวที่ไม่ช่วงชิงการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน หากแต่มุ่งตอบสนองความต้องการของคนในท้องถิ่นให้มากที่สุด ด้วยการใช้เทคโนโลยีในชุมชนเท่าที่จำเป็น ที่สำคัญยังต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับคนในชุมชนอีกด้วย ข้อเสนอของ Fennell นับเป็นการเสนอแนะแนวทาง



ใหม่ของการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อ "สิทธิการจัดการชุมชน" ด้วยตัวของคนในชุมชนเอง ทั้งในด้านการวางแผน การจัดการที่รวมถึงการสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการจัดการท่องเที่ยว การกระจายรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่า ข้อเสนอแนะดังกล่าวก็คือการท่องเที่ยวชุมชน (community tourism) ที่มองเห็นสิ่งที่ชุมชนควรได้รับ เพื่อแลกกับสิ่งสำคัญที่ชุมชนจะต้องเสียไปในลักษณะของการได้กับได้ (win-win) ทั้งระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ รัฐ และคนในชุมชน

โดย Fennell ได้เสนอคุณสมบัติที่สำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนดังกล่าวว่า จะต้องประกอบไปด้วย 5 ประการได้แก่

1. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกำไรตอบแทนมายังครอบครัวของสมาชิกในชุมชน ในฐานะการเปิดให้เป็นที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวในชุมชนนั้นๆ โดยไม่ต้องผ่านนายหน้าใดๆ อันจัดเป็นการสร้างรายได้ทางตรงแก่คนในชุมชน อย่างไรก็ตาม แต่ละครอบครัวเจ้าของที่พักเองก็ควรได้รับการฝึกอบรม และเตรียมความพร้อมเพื่อให้พร้อมรับนักท่องเที่ยวเข้ามาพักอาศัยกับครอบครัวของตนเอง
2. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสาธารณูปโภค และการยกระดับความเป็นอยู่ที่มุ่งสร้าง "เพื่อสมาชิกในชุมชน" แต่ไม่ใช่ "เพื่อนักท่องเที่ยว"
3. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความตึงเครียดด้านสังคม และวัฒนธรรมในชุมชน อันเนื่องมาจากความพยายามนำความทันสมัยแบบตะวันตก เช่น โคคาโคลา แม็คโดนัลด์ มารีอ็อต ฯลฯ เข้ามาสู่ชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว พร้อมกับดึงสำนึกร่วมของคนในชุมชนออกไปด้วยการกลืนสมาชิกในชุมชนให้อยู่กับความทันสมัยดังกล่าว อันจะนำมาซึ่งปัญหาทางสังคมและวัฒนธรรมที่จะเกิดขึ้นตามมาอีกเป็นจำนวนมาก
4. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกในการเคารพและรักษาสิ่งแวดล้อม สังคม ตลอดจนวัฒนธรรมในชุมชนให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นแม้ว่าการท่องเที่ยวบางประเภทที่พยายามติดฉลากว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หากแต่ไม่มีกิจกรรมในลักษณะของการสร้างจิตสำนึกดังกล่าวก็มิอาจกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวนั้นเป็นการท่องเที่ยวชุมชนโดยแท้
5. ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ ทั้งในระดับนานาชาติ นานาภูมิภาค ที่ล้วนอยู่ภายใต้ขนานวัฒนธรรมโดยนัยนี้การท่องเที่ยวชุมชนต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สอนให้นักท่องเที่ยวเคารพในความหลากหลายทางชีวภาพ และวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม และไม่มองว่าใคร "เจริญกว่า" และใคร "ด้อยกว่า" ดังเช่นเหตุผลของนักท่องเที่ยวบางประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เดินทางไปประเทศเพื่อนบ้าน ก็เพราะต้องการไปดู "ความล้าหลัง (กว่าตนเอง) เมื่อ 30 ปีที่แล้ว"

ปานแพร เขาวนั้ประยูร และคณะ (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) บ้านเมืองขอนแก่น ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านเมืองขอนแก่นมีทรัพยากรที่หลากหลายและที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เน้นเข้ามาดูงานยังเทศบาลตำบลป่าไผ่ จึงทำให้กลุ่มชาวบ้านมีความต้องการในการพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีความพร้อมในการจัดการโฮมสเตย์เพื่อรองรับกับจำนวนของนักท่องเที่ยวและเพื่อขอมาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยที่จะชุมชนจะต้องเน้นในเรื่องของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการ และสร้างเครือข่ายกับชุมชนรอบข้างในการจัดการเส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว

วิจิธา พานิชย์ (2557) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดสกลนครมีอัตลักษณ์คือสถาปัตยกรรมท้องถิ่น สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ศิลปะและประเพณี วิถีชีวิต ความเชื่อท้องถิ่น วรรณกรรมและภาษา การแต่งกายและอาหารท้องถิ่น รูปแบบ (Model) กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร เมื่อปรับความสอดคล้องของ Model แล้วมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีมาก

โรจนไชยศ สมจันทร์ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดบริการที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน และเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์การตลาดบริการที่มีต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การตลาดบริการทางการท่องเที่ยวโดยรวมทั้ง 8 ด้านโดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ กลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางกายภาพ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กลยุทธ์กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กลยุทธ์ทำเลสถานที่ท่องเที่ยว และกลยุทธ์บุคคลกรการท่องเที่ยว ส่วนกลยุทธ์การตลาดบริการที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยว และกลยุทธ์ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ส่วนภาพลักษณ์ความประทับใจในมุมมองของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอนอยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกตามเพศ สถานภาพ อายุ รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน โดยเพศชาย มีความประทับใจมากกว่าเพศหญิง และนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสดมีความประทับใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส ส่วนอาชีพและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีความประทับใจต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอนไม่แตกต่างกัน การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การตลาดบริการกับ

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว จังหวัดแม่ฮ่องสอนพบว่า กลยุทธ์กระบวนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กลยุทธ์สภาพแวดล้อมทางกายภาพ และ กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การท่องเที่ยว จังหวัดแม่ฮ่องสอนในระดับปานกลาง ส่วนกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว กลยุทธ์ทำเลสถานที่ท่องเที่ยว กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยว กลยุทธ์บุคคลกรการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ต่อการท่องเที่ยวในระดับต่ำ ส่วนกลยุทธ์ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดแม่ฮ่องสอน ข้อเสนอแนะการวิจัยควรมีการสำรวจประชาติ ของชาวเมืองแม่ฮ่องสอนว่า ต้องการพัฒนาไปในทิศทางใด ควรจะมุ่งเน้นการพัฒนาเชิงอนุรักษ์แบบดั้งเดิมแล้วเสริมเติมด้วยสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเฉพาะที่จำเป็น หรือจะมุ่งพัฒนาตามกระแสโลกาภิวัตน์สู่สังคมยุคใหม่ แล้วจึงนำไปสู่การทำแผนที่เชิงกลยุทธ์ (Strategy map) เพื่อทำการกำหนดวิสัยทัศน์และปณิธาน ของจังหวัดให้ชัดเจน

Deepak and Bahadur (2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยหลักในการสนับสนุนการท่องเที่ยว ใน Patihani VDC of Chiwan, Nepal พบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3As คือ ความจำเป็นทางการท่องเที่ยว (Accessibility) ที่พัก (Accommodation) มีผลต่อความรู้สึกสะดวกสบาย และแหล่งดึงดูดใจในท้องถิ่น (Attractions locale) ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญ ขั้นพื้นฐานมากสำหรับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาความเหมาะสมของการรวมปัจจัยที่เป็นหัวใจสำคัญของการวางแผนการท่องเที่ยวเพิ่มจากเดิมที่มีอยู่ คือ ความตระหนักทางการท่องเที่ยว (Awareness) กิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activities) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ความสามารถทางการท่องเที่ยว (Ability) ความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว (Affinity) ผู้แสดงทางการท่องเที่ยวหรือเจ้าบ้าน (Actors) การแสดงทางการท่องเที่ยว (Acts) และทัศนคติทางการท่องเที่ยว (Attitude) ซึ่งองค์ประกอบของอุทยานทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ 2) สิ่งแวดล้อมที่ถูกสร้างขึ้น 3) ภาคปฏิบัติการ และ 4) การจัดองค์กร ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น

นงลักษณ์ จันทาภากุล และนรินทร์ สังข์รักษา (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาเงินจังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาเงินโดยรวม 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านองค์กรอยู่ในระดับมาก และแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ ได้แก่ 1) การสนับสนุนงบประมาณเพื่อจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 2) การให้ความรู้การจัดอบรมในการจัดการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จ 3) การศึกษาดูงานและการศึกษาการปฏิบัติที่ดีในการท่องเที่ยวที่ประสบผลสำเร็จ และ 4) การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ การประชาสัมพันธ์ผ่านหน่วยงานต่างๆในระดับจังหวัด และสื่อต่างๆ รวมถึงการส่งเสริมการตลาดเชิงรุก

ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ และนอกจากนี้ ปัญหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาจีน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ปัญหาด้านองค์การมีค่าคะแนนสูงที่สุด รองลงมา เป็นปัญหาด้านกิจกรรม และด้านที่ต่ำสุดคือ ด้านพื้นที่ ส่วนแนวทางการแก้ปัญหาด้านกิจกรรม มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาเป็นการแก้ปัญหาด้านองค์กร และด้านต่ำที่สุดคือ แนวทางแก้ปัญหา ด้านพื้นที่

กชธมน วงศ์คำ (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่องกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ยั่งยืน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการของนโยบายการจัดการการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และพัฒนากลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ยั่งยืน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ วิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้กรณีศึกษา ที่เป็น Best practices 3 แห่ง คือ 1) บ้านปราสาท 2) บ้านบุไทร จ.นครราชสีมา และ 3) บ้านโคกโก่ง จ.กาฬสินธุ์ การรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การสัมภาษณ์เชิงลึก ประชากรและกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 1) สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ 2) องค์กรด้านการท่องเที่ยว 3) นักท่องเที่ยว และ 4) ประชาชนในชุมชนโฮมสเตย์ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT analysis) การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ผลการวิจัย พบว่า

1. นโยบายการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในประเทศไทย เดิมเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่การท่องเที่ยวที่ไม่มีโรงแรมนักท่องเที่ยวต้องขอพักกับชาวบ้าน จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2546 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ประกาศนโยบายให้ชัดเจน มีการดำเนินแผนงานต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างชัดเจน การสร้างดัชนีชี้วัดมาตรฐานคุณภาพ การจัดทำฐานข้อมูลโฮมสเตย์ในประเทศไทย การออกพระราชบัญญัติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ การจัดทำตราสัญลักษณ์มาตรฐานโฮมสเตย์การติดตามประเมินผลเพื่อรับรองโฮมสเตย์มาตรฐานไทย การหนุนเสริมศักยภาพบุคลากรในการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ นโยบายการสร้างความร่วมมือกับธนาคารเกษตรและสหกรณ์เพื่อนำตราสัญลักษณ์ของโฮมสเตย์มาตรฐานไทยมาแปลงทรัพย์สินเป็นทุน
2. การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในยุคแรกเป็นรูปแบบนักศึกษาเดินทางมาออกค่ายอาสาพัฒนาชนบทที่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตในชนบท ยุคกลางเป็นกลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม การเดินทางเพื่อศึกษาดูงาน และยุคใหม่ การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยรัฐบาลมีนโยบายสนับสนุน ระหว่างปี 2547-2552 มีโฮมสเตย์ที่ขึ้นทะเบียนกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจำนวน 115 แห่ง โดยอยู่ในพื้นที่ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 32 แห่งโดยมีแนวทางการจัดการตามตัวชี้วัดคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 10 ด้าน คือ 1) ด้านที่พัก 2) ด้านอาหารและโภชนาการ 3) ด้านความปลอดภัย 4) ด้านอัธยาศัย-ไมตรีของเจ้าบ้าน และสมาชิก 5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 6) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม 7) ด้าน

วัฒนธรรม 8) ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ชุมชน 9) ด้านการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์ และ 10) ด้านส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

3. กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ทุนเดิมในชุมชนหรือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์การมีส่วนร่วม 3) กลยุทธ์ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 4) กลยุทธ์การให้การศึกษาและการพัฒนาบุคลากร 5) กลยุทธ์ภาวะผู้นำ 6) กลยุทธ์การตลาด การบริการ การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ 7) กลยุทธ์การสร้างเครือข่าย และ 8) กลยุทธ์การสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยว

**ข้อเสนอแนะ** กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ยั่งยืนนั้นจะประสบความสำเร็จได้ ต้องเกิดจากความต้องการและทรัพยากรของชุมชน การขับเคลื่อนภายใต้เงื่อนไขของการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีเป้าหมายทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม กล่าวคือเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้ เสริม การสร้างความสามัคคี สร้างความผูกพันในท้องถิ่น สร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี การที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น สิ่งที่ต้องตระหนักเสมอก็คือ การพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้มี ความรู้ ความเข้าใจ และจิตสำนึกในการจัดการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง และเหมาะสมกับบริบทของชุมชน



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการศึกษาวิจัยโครงการวิจัยชุมชน เรื่องกลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี คณะผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบผสม (Mixed-Methods Research) เป็นการบูรณาการระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์โฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานแล้วเป็น Best practices จำนวน 9 จังหวัด คือ 1) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านเกาะเกิด โฮมสเตย์ไทรน้อย และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ 2) จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ 3) จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ บ้านริมคลองโฮมสเตย์ โฮมสเตย์ท่าคา 4) จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ผาบุคาโฮมสเตย์ โฮมสเตย์บ้านบุไทร โฮมสเตย์บ้านปราสาท โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ 5) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านโคกเมือง 6) จังหวัดชุมพร ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านเกาะพิทักษ์ โฮมสเตย์ท้องตมใหญ่ โฮมสเตย์บ้านทอน-อม 7) จังหวัดพัทลุง ได้แก่ กฤษศิลาโฮม-สเตย์ ชัยบุรีเมืองเก่าพัทลุงโฮมสเตย์ 8) จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง โฮมสเตย์สันทราย โฮมสเตย์บ้านเมืองกืด ดอยปู่หมื่นโฮมสเตย์ โฮมสเตย์แม่กลางหลวง โฮมสเตย์บ้านปางแดงใน โฮมสเตย์บ้านสบวิน 9) จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ลำไทรโฮมสเตย์ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย 1) สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์วิธีการเลือกแบบเจาะจง 2) องค์กรด้านการท่องเที่ยวเลือกแบบเจาะจง 3) ประชาชน (ซึ่งเป็นเครือข่ายการให้บริการ) ในชุมชนโฮมสเตย์

การสนทนากลุ่มย่อย (Focus group discussion) ประกอบด้วยนักวิชาการ ผู้นำชุมชน สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ และประชาชนในชุมชนโฮมสเตย์เพื่อที่สามารถให้ข้อมูลอันเป็นผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ถึงโครงสร้างที่มีประสิทธิผลต่อการวิจัยและสามารถตอบวัตถุประสงค์ของโครงการได้ครบถ้วน

ผลวิจัยได้ดำเนินการที่ครอบคลุมในมิติต่างๆ ของกิจกรรมดำเนินงาน ได้แก่ การกำหนดประชากรเป้าหมาย รูปแบบการเลือกกลุ่มตัวอย่าง การออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และเกณฑ์การแปลความหมาย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 3.1.1 ประชากรเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรเป้าหมาย คือ กลุ่มโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน จำนวน 5 หลัง ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านป่าเถา โฮมสเตย์บ้านวรวิริน โฮมสเตย์บ้านแพรวพร โฮมสเตย์บ้านนงคราญ และโฮมสเตย์บ้านริมทุ่ง

#### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่างและการคำนวณขนาดตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมาย โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง และคำนวณข้อมูลที่ได้ตามหลักสถิติเพื่อการวิจัย โดยใช้สูตรคำนวณทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS (วัฒนาสุนทรชัย, 2546 : 39)

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการรวบรวมข้อมูล (Data Collecting Instrument) ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับคำถามตามตัวชี้วัดการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ ประกอบด้วย ที่พัก อาหาร ความปลอดภัย อัยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิก รายการนำเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม การสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน การบริการของกลุ่มโฮมสเตย์ และการประชาสัมพันธ์ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

ก. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเอกสารต่างๆ ซึ่งได้มาจากการค้นคว้าในห้องสมุดและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำแนวคิดมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

ข. สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มีด้วยกัน 2 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการ และแบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการและผู้ให้การสนับสนุน

**แบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการ** แบ่งออกเป็น 4 ส่วน รายละเอียดมีดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพในโฮมสเตย์ ระดับการศึกษา และประสบการณ์การทำงานด้านโฮมสเตย์ จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะโฮมสเตย์ทางภูมิสังคม จำนวน 2 ข้อ

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามดัชนีชี้วัดความสำเร็จการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ประกอบด้วย

A. ความสำเร็จของการให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์ ประกอบด้วยด้านทำเลที่ตั้ง ความสะดวกพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์ และด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์ จำนวน 8 ข้อ

B. ความสำเร็จของการให้บริการด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย รสชาติอาหารอร่อยและมีคุณภาพ จำนวน 5 ข้อ

C. ความสำเร็จของการให้บริการด้านความปลอดภัย จำนวน 2 ข้อ

D. ความสำเร็จของการให้บริการด้านอัยาศัยไมตรี ประกอบด้วยด้านปลูกฝังค่านิยมของผู้ให้บริการ และด้านการสนทนาอย่างมีอัยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมของโฮมสเตย์ จำนวน 8 ข้อ

E. ความสำเร็จของการให้บริการด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว จำนวน 5 ข้อ

F. ความสำเร็จของการให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 3 ข้อ

G. ความสำเร็จของการให้บริการด้านวัฒนธรรม จำนวน 3 ข้อ

H. ความสำเร็จของการให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ข้อ

I. ความสำเร็จของการให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วยด้านการบริหารจัดการและด้านการบริการ จำนวน 14 ข้อ

J. ความสำเร็จของการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ข้อ

### ตารางที่ 3.1 แสดงการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนแบบสำรวจรายการ (Check List)

ข้อความ	มี	ไม่มี

ส่วนที่ 4 จงตอบคำถามตามหัวข้อต่อไปนี้

1. โฮมสเตย์แห่งนี้มีเอกลักษณ์ หรือให้ผลลัพธ์ หรือความรู้สึกแก่ผู้มาพักอย่างไร?
2. เหตุผลหรือแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจให้บริการโฮมสเตย์
3. ในการให้บริการโฮมสเตย์มีความยากลำบากอะไรบ้าง เมื่อมีปัญหาอุปสรรคท่านมีแนวทางในการแก้ปัญหาอย่างไร
  - 3.1 ระยะเริ่มต้น
  - 3.2 สภาพการณ์ปัจจุบัน
4. เหตุผล/ปัจจัยอะไรที่ทำให้การบริการโฮมสเตย์นี้ประสบความสำเร็จ
5. ท่านคิดว่าการให้บริการโฮมสเตย์ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุง เรียนรู้ในเรื่องใดบ้างตามลำดับ
6. ชุมชน องค์กรของรัฐ มีส่วนร่วมและสนับสนุนด้านใดบ้าง และต้องการให้องค์กรเหล่านี้เข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนด้านใดบ้าง
7. เสี่ยงสะท้อนกลับจากกลุ่มบุคคล เพื่อนบ้าน ชุมชน องค์กร เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์เป็นอย่างไรบ้าง ถ้าเป็นปัญหา ท่านรู้สึกอย่างไร และแก้ปัญหาอย่างไร
8. ท่านคิดว่าการประกอบธุรกิจนี้ ต้องมีการลงทุนอย่างไร และความคุ้มค่าของการลงทุนนั้นได้มาอย่างไร
9. ท่านคิดว่าในอนาคตการทำธุรกิจนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลงเพราะอะไร อย่างไร และมีความยั่งยืนหรือไม่

แบบสอบถามสำหรับผู้ให้บริการและผู้ให้การสนับสนุน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน รายละเอียดมีดังนี้

**ส่วนที่ 1** แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ตำแหน่งที่เกี่ยวข้องในโฮมสเตย์ ระดับการศึกษา และการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ จำนวน 5 ข้อ

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะโฮมสเตย์ทางภูมิสังคม จำนวน 3 ข้อ

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามดัชนีชี้วัดความสำเร็จการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ประกอบด้วย 10 ด้าน 58 ตัวชี้วัด ดังนี้

1. ความสำเร็จของการให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์ ประกอบด้วยด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์ และด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์ จำนวน 8 ข้อ
2. ความสำเร็จของการให้บริการด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย รสชาติอาหารอร่อยและมีคุณภาพ จำนวน 5 ข้อ
3. ความสำเร็จของการให้บริการด้านความปลอดภัย จำนวน 2 ข้อ



4. ความสำเร็จของการให้บริการด้านอัยาศัยไมตรี ประกอบด้วยด้านปลูกฝังค่านิยมของผู้ให้บริการ และด้านการสนทนาอย่างมีอัยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมของโฮมสเตย์ จำนวน 8 ข้อ
  5. ความสำเร็จของการให้บริการด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว จำนวน 5 ข้อ
  6. ความสำเร็จของการให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 3 ข้อ
  7. ความสำเร็จของการให้บริการด้านวัฒนธรรม จำนวน 3 ข้อ
  8. ความสำเร็จของการให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ข้อ
  9. ความสำเร็จของการให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วยด้านการบริหารจัดการและด้านการบริการ จำนวน 14 ข้อ
  10. ความสำเร็จของการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์ จำนวน 5 ข้อ
- การให้ค่าคะแนนแต่ละข้อของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ผู้วิจัยได้กำหนดค่าน้ำหนักของคะแนนตัวเลือก 5 ระดับแบบ Likert Scale ซึ่งมีความหมาย ดังตาราง 3.2

ตารางที่ 3.2 แสดงการกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนแบบ Likert Scale

ระดับ	ค่าคะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ค. โดยการนำแบบสอบถามฉบับร่างให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมเนื้อหา (Content) กลยุทธ์การให้บริการที่ปักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Home stay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรีที่จะใช้วัด (Content Validity) รวมไปถึงตรวจพิจารณาความเหมาะสมในการใช้ภาษา (Face Validity) สำหรับที่จะใช้วัดกับโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา (ททท.) และโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ความสมบูรณ์ของข้อคำถาม และปรับปรุงตามผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะหลังจากนั้นนำมาหาค่าความสอดคล้อง IOC ระหว่างผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน คัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป เหลือข้อคำถามจำนวน 58 ข้อ จากจำนวนทั้งหมด 138 ข้อ

ง. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ให้บริการโฮมสเตย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจำนวน 3 แห่ง และผู้ให้การสนับสนุนโฮมสเตย์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานจำนวน 3 คน เพื่อหาค่า

ความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งสองฉบับโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach Alpha Coefficient) ได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเท่ากับ 0.9917

จ. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

### 3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐาน จำนวน 10 จังหวัด คือ 1) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านเกาะเกิด โฮมสเตย์ไทรน้อย และโฮมสเตย์คลองรางจระเข้ 2) จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์ 3) จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ บ้านริมคลองโฮมสเตย์ กลุ่มโฮมสเตย์บ้านหัวหาด กลุ่มเกษตรกรเทิดไทรรวมใจ โฮมสเตย์ท่าคา 4) จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ผาบุคาโฮมสเตย์ โฮมสเตย์บ้านบุไทร โฮมสเตย์บ้านปราสาท โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์ 5) จังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านโคกเมือง 6) จังหวัดชุมพร ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านเกาะพิทักษ์ โฮมสเตย์ท้องตมใหญ่ โฮมสเตย์บ้านทอน-อม 7) จังหวัดพัทลุง ได้แก่ กฤษศิลาโฮมสเตย์ ชัยบุรีเมืองเก่าพัทลุงโฮมสเตย์ 8) จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ โฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง โฮมสเตย์สันทราย โฮมสเตย์บ้านเมืองกีด ดอยปู่หมื่นโฮมสเตย์ โฮมสเตย์แม่กลางหลวง โฮมสเตย์บ้านปางแดงใน โฮมสเตย์บ้านสบวิน 9) จังหวัดกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ลำไทรโฮมสเตย์ 10) จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ ห้วยเขย่งโฮมสเตย์ รวมจำนวน 27 คน และผู้ให้การสนับสนุน รวมจำนวน 14 คน ดังตารางที่ 3.3 และ 3.4

ตารางที่ 3.3 แสดงกลุ่มตัวอย่างโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจำนวน 10 จังหวัด

ลำดับ	จังหวัด	รายชื่อ	หมายเหตุ
1	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	โฮมสเตย์บ้านเกาะเกิด โฮมสเตย์ไทรน้อย โฮมสเตย์คลองรางจระเข้	
2	จังหวัดสมุทรปราการ	บางน้ำผึ้งโฮมสเตย์	
3	จังหวัดสมุทรสงคราม	บ้านริมคลองโฮมสเตย์ กลุ่มโฮมสเตย์บ้านหัวหาด กลุ่มเกษตรกรเทิดไทรรวมใจ โฮมสเตย์ท่าคา	
4	จังหวัดนครราชสีมา	ผาบุคาโฮมสเตย์ โฮมสเตย์บ้านบุไทร	

ตารางที่ 3.3 แสดงกลุ่มตัวอย่างโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์จำนวน 10 จังหวัด (ต่อ)

ลำดับ	จังหวัด	รายชื่อ	หมายเหตุ
		โฮมสเตย์บ้านปราสาท	
		โฮมสเตย์บ้านสุขสมบูรณ์	
5	จังหวัดบุรีรัมย์	โฮมสเตย์บ้านโคกเมือง	
6	จังหวัดชุมพร	โฮมสเตย์บ้านเกาะพิทักษ์	
		โฮมสเตย์ห้องต้มใหญ่	
		โฮมสเตย์บ้านทอน-อม	
7	จังหวัดพัทลุง	กฤษฎิลาโฮมสเตย์	
		ชัยบุรีเมืองเก่าพัทลุงโฮมสเตย์	
8	จังหวัดเชียงใหม่	โฮมสเตย์บ้านแม่กำปอง	
		โฮมสเตย์สันทราย	
		โฮมสเตย์บ้านเมืองก๊ิด	
		ดอยปู่หมื่นโฮมสเตย์	
		โฮมสเตย์แม่กลางหลวง	
		โฮมสเตย์บ้านปางแดงใน	
		โฮมสเตย์บ้านสบวิน	
9	จังหวัดกรุงเทพมหานคร	ลำไทรโฮมสเตย์	
10	จังหวัดกาญจนบุรี	ห้วยเขย่งโฮมสเตย์	

ตารางที่ 3.4 แสดงกลุ่มตัวอย่างผู้สนับสนุนโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำนวน 14 ราย

ลำดับ	รายชื่อ	แห่ง
1	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	3
2	จังหวัดสมุทรสงคราม	2
3	จังหวัดบุรีรัมย์	2
4	จังหวัดชุมพร	2
4	จังหวัดนครราชสีมา	3
5	จังหวัดกาญจนบุรี	1
6	จังหวัดเชียงใหม่	1
	รวม	14

### 3.4 การสร้าง “ตัวชี้วัด” ความสำเร็จการให้บริการที่พักรีสอร์ต

การประเมินค่าความสำเร็จตามโครงการนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดให้ตัวแปรตาม เป็น “ตัวชี้วัด ความสำเร็จ” การให้บริการที่พักรีสอร์ตตามมาตรฐานรีสอร์ทไทย 10 ด้าน 58 ตัวชี้วัด ดังตาราง ตารางที่ 3.5 แสดงตัวชี้วัดความสำเร็จในการให้บริการที่พักรีสอร์ตตามมาตรฐานรีสอร์ทไทย

มาตรฐานรีสอร์ทไทย	ตัวชี้วัดความสำเร็จ
1 ความสำเร็จของการให้บริการด้านที่พักรีสอร์ต 1.1 ความสำเร็จด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักรีสอร์ต	1.มีส่วนร่วมในการจัดทำผังที่ตั้งบ้านให้บริการที่พักรีสอร์ต 2.สำรวจความพร้อมของบ้าน 3.สำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่พักรีสอร์ต 4.มีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งวัฒนธรรมให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน 5.มีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยว และป้ายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่พักรีสอร์ต
1.2 ด้านการดูแลที่พักรีสอร์ต	6.มีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะอาด และของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วนของที่พัก ได้แก่ ห้องพัก ห้องนอน ห้องส้วม ที่พักร่วม 7.สร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีพของชุมชนมาตกแต่งบ้านพักรีสอร์ต 8.สร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษา สภาพแวดล้อม สถานที่พักร่วม ลานหรือซุ้มกิจกรรมของที่พักรีสอร์ตและชุมชนให้ร่มรื่นสวยงาม น่าสนใจ
2 ความสำเร็จของการให้บริการด้านอาหาร	9.มีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน 10.คัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการ

มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	ตัวชี้วัดความสำเร็จ
2.1 ด้านความปลอดภัยของอาหาร รสชาติอร่อย และมีคุณภาพ	<p>ประกอบอาหารที่มาจากผลผลิตของโฮมสเตย์ หรือผลผลิตของเกษตรกรในชุมชน</p> <p>11.จัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบอาหารให้พร้อมใช้</p> <p>12.มีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมีความสามารถในการสนทนาเล่าความเป็นมาของอาหารพื้นถิ่น</p> <p>13.จัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ</p>
3 ความสำเร็จของการให้บริการด้านความปลอดภัย	<p>14.มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัย พร้อมทั้งชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบ</p> <p>15.จัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะไว้บริการยามฉุกเฉิน</p>
<p>4 ความสำเร็จของการให้บริการด้านอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ</p> <p>4.1 ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอัธยาศัยไมตรีในการให้บริการ</p>	<p>16.ฝึกทักษะการสนทนาการต้อนรับ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ</p> <p>17.ฝึกการแสดงภาษากายที่เปิดใจ ด้วยการยิ้ม สบายตา มีความสนใจ มีอารมณ์ขัน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย</p> <p>18.จัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และสังเกตความเป็นไปรอบๆ ตัว</p>
4.2 ด้านการสนทนาอย่างมีอัธยาศัย และความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมของโฮมสเตย์	<p>19.สร้างเสริมทักษะการสนทนาสิ่งที่ดีงาม เรื่องใกล้ตัวหรือเรื่องเชียวชาญ</p> <p>20.เสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุดน่าสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมในเวลาที่เหมาะสม</p> <p>21.สร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือถามถึงคนรอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว</p> <p>22.ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยว</p> <p>23.ฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรม และเป็นผู้นำกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น</p> <p>24.มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบ และแผนที่การเดินทางไปยังแหล่งนำเที่ยว</p>

มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	ตัวชี้วัดความสำเร็จ
5 ความสำเร็จด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว	<p>25.สร้างมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจใน สภาพภูมิสังคมของท้องถิ่น และมีการพัฒนาผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวให้มีความรอบรู้ในแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ</p> <p>26.ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ งาน หัตถกรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิต ประเพณีท้องถิ่น และการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การทำขนมไทย ทอผ้า</p> <p>27.มีส่วนร่วมจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่อ อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว</p> <p>28.มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่และ ภูมิประเทศ เช่น ตกปลา ซั้จักรยาน โรงเรือน เพาะเห็ด</p>
6 ความสำเร็จของการให้บริการด้าน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	<p>29.มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่า</p> <p>30.สร้างกิจนีสัยเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษา สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยว</p> <p>31.สร้างความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วน ท้องถิ่นในการจัดการขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาลและ มีระบบการคัดแยกขยะให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม</p>
7 ความสำเร็จของการให้บริการด้านวัฒนธรรม	<p>32.มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรม ท้องถิ่น และรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรม ดั้งเดิม</p> <p>33.รักษาวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบท และมี เอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น</p> <p>34.สร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น และ ทาการเล่นพื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดศิลปะและ วัฒนธรรมไว้บริการนักท่องเที่ยว</p>
8 ความสำเร็จของการให้บริการด้านการสร้าง คุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์	<p>35.ปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และ สื่อถึงเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์</p> <p>36.สร้างบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่ คุ่มค่ามากกว่าเงินที่นักท่องเที่ยวจ่าย</p> <p>37.มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้</p>

มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	ตัวชี้วัดความสำเร็จ
	<p>นักท่องเที่ยวเกิดความภูมิใจ และเก็บภาพกิจกรรมเหล่านั้นไปชื่นชม</p> <p>38.สร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ “ทำในสิ่งที่มีและรักในสิ่งที่ทำ”</p> <p>39.สร้างเรื่องเล่าให้น่าสนุกและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึกประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่าเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พักโฮมสเตย์</p>
<p><b>91 ความสำเร็จของการให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์</b></p> <p>9.1 ด้านการบริหารจัดการ</p>	<p>40.มีส่วนร่วมในการสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่พักรโฮมสเตย์</p> <p>41.จัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักรโฮมสเตย์</p> <p>42.สร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้งคณะทำงาน</p> <p>ประเมินผลการให้บริการโฮมสเตย์ในแต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม</p> <p>43.มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์</p> <p>44.สร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม</p>
<p>9.2 ด้านการบริการ</p>	<p>45.มีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยวในการลงทะเบียน ระบบการจองที่พักรโฮมสเตย์ จัดให้มีศูนย์ประสานงาน และการต้อนรับ</p> <p>46.สร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งบริการสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยว</p> <p>47.จัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการให้บริการที่พักรโฮมสเตย์</p> <p>48.จัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่พักรโฮมสเตย์ เช่น ผักผลไม้พื้นบ้าน</p> <p>49.ติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร</p> <p>50.จัดทำระบบขายตรง</p> <p>51.จัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์</p> <p>52.จัดทำระบบการขายทางโดยทางทัวร์</p>

มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย	ตัวชี้วัดความสำเร็จ
	53.มีการออกบูธ
10 ความสำเร็จของการให้บริการด้าน ประชาสัมพันธ์	54.มีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่ หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่ พักโฮมสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย 55.ออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับ เอกลักษณ์ของที่พักโฮมสเตย์ 56.สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ ให้บริการในชุมชน 57.สร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย 58.สร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่น จังหวัด ในการสร้างความร่วมมือเพื่อ ประชาสัมพันธ์ที่พักโฮมสเตย์

### 3.5 ค่าสถิติและวิธีการทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

3.5.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติพื้นฐานที่ใช้ ได้แก่ ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

#### 3.5.1.2 ค่าสถิติที่ใช้ในการประมวลคุณภาพแบบสอบถาม

1) ทหาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมในการใช้ภาษา (Face Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

2) ทหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha – Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach)

#### 3.5.1.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของข้อมูล มีขั้นตอน ดังนี้

1) ประมวลผลค่าเฉลี่ยคะแนน “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ของผู้ให้บริการ ที่สามารถบ่งบอก สะท้อนถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัจจุบันจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 2 กลุ่ม ดังนี้

- (1) ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ และผู้สนับสนุน ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย
- (2) ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนและผู้สนับสนุน

2) ประมวลผลค่าเฉลี่ยคะแนน “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ของผู้สนับสนุน



3) วิเคราะห์หาค่าตัวชี้วัด “กลยุทธ์การให้บริการที่พึงโฮมสเตย์” ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจำนวน 13 กลยุทธ์ ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการให้บริการที่พึงโฮมสเตย์ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณโดยใช้สูตรคำนวณตัวชี้วัดกลยุทธ์การให้บริการที่พึงโฮมสเตย์ (อเนก หิรัญรักษ์, 2561) คือ

สูตร

$$\text{ตัวชี้วัดกลยุทธ์การให้บริการที่พึงโฮมสเตย์ } i,j = 1 - \left\{ \left( \frac{A_{ij} - B_{ij}}{B_{ij}} \right) \right\} \times 100$$

โดยที่ i = ข้อมูลแต่ละด้านของตัวชี้วัดกลยุทธ์ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ด้านที่ 1 ถึง ด้านที่ 13

J = กลุ่มโฮมสเตย์ ใช้เลขเป็นสัญลักษณ์ ดังนี้

- 1 หมายถึง ผู้ให้บริการที่พึงโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย
- 2 หมายถึง ผู้ให้บริการที่พึงโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

$A_{ij}$  = ค่าคะแนนเฉลี่ยของข้อมูลที่เป็น “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พึงโฮมสเตย์” สำหรับข้อมูลด้านที่  $i^{\text{th}}$  และของกลุ่มผู้ให้บริการที่พึงโฮมสเตย์ที่  $j^{\text{th}}$

$B_{ij}$  = ค่าคะแนนเฉลี่ยของข้อมูลที่เป็น “สถานภาพการใช้กลยุทธ์ ณ ปัจจุบันที่มีอยู่” สำหรับข้อมูลด้านที่  $i^{\text{th}}$  และของกลุ่มผู้ให้บริการที่พึงโฮมสเตย์ที่  $j^{\text{th}}$

เพื่อให้เห็นค่าตัวชี้วัดกลยุทธ์การให้บริการที่พึงโฮมสเตย์ จึงขอยกตัวอย่างดังต่อไปนี้

$A_{1,1}$  = ค่าคะแนนเฉลี่ยของข้อมูล 1.1 ด้านความสำเร็จของการให้บริการด้านที่พึงโฮมสเตย์ที่เป็นความต้องการของกลุ่มผู้ให้บริการที่พึงโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย สมมุติว่ามีค่า 70.00

$B_{1,1}$  = ค่าคะแนนเฉลี่ยของข้อมูล 1.1 ด้านความสำเร็จของการให้บริการด้านที่พึงโฮมสเตย์ที่เป็นปัจจุบันของกลุ่มผู้ให้บริการที่พึงโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน สมมุติว่ามีค่า 50.00

เมื่อนำค่าทั้งสองไปแทนค่าในสูตร

$$\begin{aligned} \text{ตัวชี้วัดกลยุทธ์การให้บริการ } 1,1 &= 1 - \left\{ \frac{70.00 - 50.00}{50.00} \right\} \times 100 \\ &= 60.00\% \end{aligned}$$

นั่นคือ กลุ่มผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน มีค่าคะแนนตัวชี้วัดความสำเร็จของการให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์อยู่ที่ร้อยละ 60.00 เป็นต้น สำหรับค่าคะแนนตัวชี้วัดความสำเร็จอื่นสามารถคำนวณได้ในทำนองเดียวกัน

#### 4) การแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1) การแปลความหมายค่า “ข้อมูลเฉพาะ” เกี่ยวกับกลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ มีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

##### ตารางที่ 3.6 แสดงเกณฑ์การแปลความหมายค่าข้อมูลเฉพาะ

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับของข้อมูลเฉพาะ
81-100	มากที่สุด
61-80	มาก
41-60	ปานกลาง
21-40	น้อย
0-20	น้อยที่สุด

4.2) การแปลความหมายระดับกลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย แบ่งเป็น 3 ระดับ โดยใช้ค่าคะแนนเฉลี่ยตัวชี้วัดความสำเร็จเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ดังตารางที่ 3.7

##### ตารางที่ 3.7 แสดงการแปลความหมายระดับกลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์

คะแนน	ระดับความสำเร็จ
71-100	เหมาะสม
31-70	ต้องปรับปรุง
0-30	วิกฤต

#### 3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยการจำแนกและจัดหมวดหมู่ตามประเด็นในการสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์ แล้วจัดลำดับเนื้อหาโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis)

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำเร็จการให้บริการโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานและโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน เปรียบเทียบความสำเร็จการให้บริการของโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานกับโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน และเสนอกลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) บ้านนาขุนแสนเพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย คณะผู้วิจัยได้ศึกษาจากประชากรกลุ่มตัวอย่างโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยทุกภาคจำนวน 140 แห่ง สุ่มเลือกแบบเจาะจง จำนวน 32 แห่ง และผู้ให้การสนับสนุนจำนวน 23 ราย และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากการสนทนากลุ่มย่อย (Focus group discussion) ประกอบด้วยนักวิชาการ ผู้นำชุมชน พัฒนาชุมชน สมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ และประชาชนในชุมชนโฮมสเตย์ เพื่อเป็นแนวทางการสร้างกลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ ซึ่งมีผลการจำแนกข้อมูลนำเสนอเป็น 4 ส่วน ดังนี้ คือ

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
- 4.3 กลยุทธ์เพิ่มเติมจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ
- 4.4 การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนเพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การประมวลผลข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เชิงสถิติจากแบบสอบถาม จำแนกได้ดังนี้

- 4.1.1 ผลการประมวลผล “ข้อมูลส่วนบุคคล” ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน
- 4.1.2 ผลการประมวลผลค่าเฉลี่ยคะแนน “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการ “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้สนับสนุน และ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน
- 4.1.3 ผลการประมวลผลค่าเฉลี่ยคะแนน “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

4.1.4 เปรียบเทียบผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนนและระดับตัวชี้วัด “กลยุทธ์การให้บริการที่พักรีสเตอร์” ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยกับโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

4.1.1 ผลการประมวล “ข้อมูลส่วนบุคคล” ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักรีสเตอร์” ของผู้ให้บริการที่พักรีสเตอร์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และผู้ให้บริการที่พักรีสเตอร์บ้านนาขุนแสน

4.1.1.1 จำนวนผู้ให้ข้อมูลของกลุ่มที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำนวน 41 คน และกลุ่มบ้านนาขุนแสน จำนวน 14 คน ดังนี้

(1) ผู้ให้บริการที่พักรีสเตอร์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลตาม ”เพศ“ และ ”อายุ“ ของผู้ให้บริการที่พักรีสเตอร์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน

n=41

เพศ และ อายุ	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ ชาย	10	37.0	6	42.9
หญิง	17	63.0	8	57.1
รวม	27	100	14	100
อายุ ต่ำกว่า 30 ปี	0	0	0	0
31-40 ปี	0	0	1	7.1
41-50 ปี	4	14.8	4	28.6
51-60 ปี	10	37.0	6	42.9
61 ปีขึ้นไป	13	48.1	3	21.4
รวม	27	100	14	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พักรีสเตอร์ที่ได้มาตรฐาน จำนวน 27 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 เป็นเพศชาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และมากที่สุด อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 อายุ 51-60 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 และน้อยที่สุดอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8

ผู้สนับสนุนที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน จำนวน 14 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 เป็นเพศชาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 และมากที่สุด อายุอยู่ระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 อายุ 41-50 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และน้อยที่สุด อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

**ตารางที่ 4.2** แสดงจำนวน และร้อยละ “ระดับการศึกษา” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน n=41

n=41

ระดับการศึกษา	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประถม-มัธยมศึกษาตอนต้น	8	29.6	1	7.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1	3.7	2	14.3
อนุปริญญา/ปวส.	2	7.4	2	14.3
ปริญญาตรี	13	48.1	7	50.0
สูงกว่าปริญญาตรี	3	11.1	2	14.3
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0	0	0
	27	100	14	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน มีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 48.1 อยู่ในระดับประถม ถึง มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 ระดับอนุปริญญา./ปวสจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 และน้อยที่สุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ผู้สนับสนุนที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน มีการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ระดับอนุปริญญา/ปวส. ระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีจำนวนเท่ากันคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และน้อยที่สุดระดับประถม-มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวน และร้อยละ “สถานะภาพในโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน

n=41

สถานะภาพในโฮมสเตย์	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	26	96.3	0	0
พนักงาน/ผู้จัดการ	1	3.7	0	0
ผู้ให้การสนับสนุน	0	0	2	14.3
องค์การบริหารส่วนตำบล	0	0	2	14.3
อื่น ๆ	0	0	10	71.4
	27	100	14	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 96.3 และเป็นพนักงาน/ผู้จัดการ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ผู้สนับสนุนที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน ส่วนใหญ่เป็นตำแหน่งอื่น ๆ เช่น เครือข่าย ผู้สนใจในธุรกิจโฮมสเตย์ ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 ผู้ให้การสนับสนุน และ องค์การบริหารส่วนตำบล มีจำนวนเท่ากันคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละ “ประสบการณ์การทำงานด้านโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน

n=41

ประสบการณ์การทำงานด้านโฮมสเตย์	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	25	92.6	8	57.1
3 ปี- 5 ปี	2	7.4	2	14.3
5 ปี- 10 ปี	0	0	0	0
มากกว่า 10 ปี	0	0	4	28.6
รวม	27	100	14	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน มีประสบการณ์การทำงานด้านโฮมสเตย์ส่วนใหญ่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 92.6 มีประสบการณ์ 3 ปี-5 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4

ผู้สนับสนุนที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานด้านโฮมสเตย์น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 มีประสบการณ์ 3 ปี-5 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และมีประสบการณ์การทำงานด้านโฮมสเตย์มากกว่า 10 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

## (2) ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวน และร้อยละ ข้อมูลส่วนบุคคลตาม “เพศ” และ “อายุ” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน

n=14

เพศ และ อายุ		ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
		จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	1	20.0	4	44.44
	หญิง	4	80.0	5	55.56
รวม		5	100	9	100
อายุ	ต่ำกว่า 30 ปี	0	0	0	0
	31-40 ปี	0	0	1	11.11
	41-50 ปี	0	0	3	33.33
	51-60 ปี	3	60.0	4	44.44
	61 ปีขึ้นไป	2	40.0	1	11.11
	รวม	5	100	9	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน จำนวน 5 คน เป็นเพศชาย จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 เป็นเพศหญิง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และมากที่สุด อายุ 51-60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 อายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0

ผู้สนับสนุนที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน จำนวน 9 คน เป็นเพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 เป็นเพศหญิง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 และมากที่สุด อายุอยู่ระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 44.44 อายุ 41-50 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 อายุระหว่าง 31-40 ปี และอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวนเท่ากันคือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11



ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวน และร้อยละ “ระดับการศึกษา” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุน  
แสน จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน

n=14

ระดับการศึกษา	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประถม-มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0	3	33.33
มัธยมศึกษาตอนปลาย.ปวช./ อนุปริญญา.ปวส/ ปริญญาตรี	1	20.0	3	33.3
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0	0	0
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0	1	11.11
	5	100	9	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

ผู้สนับสนุนที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน มีการศึกษาในระดับประถม-มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวนเท่ากันคือ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ระดับปริญญาตรี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และระดับอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและร้อยละ “สถานะภาพในโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์  
บ้านนาขุนแสน จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน

n=14

สถานะภาพในโฮมสเตย์	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เจ้าของกิจการ	5	100	0	0
พนักงาน/ผู้จัดการ	0	0	0	0
พนักท่งเที่ยวไปพัก	0	0	2	22.22
ประชุมสัมมนา	0	0	6	66.67
สนับสนุนงบประมาณ	0	0	1	11.11
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0	0	0
	5	100	9	100

จากตารางที่ 4.7 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ

100

ผู้สนับสนุนที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน เคยเข้าร่วม “กิจกรรม” การประชุมสัมมนามากที่สุด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และเคยพนักท่งเที่ยวไปพัก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 และเคยสนับสนุนงบประมาณ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11

4.1.1.2 ผลการประมวล “คุณลักษณะเฉพาะ” ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย (1)

ลักษณะที่พึงประสงค์ (2) จำนวนปีที่เปิดให้บริการ ดังตารางต่อไปนี้

(1) ผู้ให้บริการที่พึงประสงค์ที่ได้มาตรฐานไทย

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและร้อยละ “คุณลักษณะเฉพาะ” ของผู้ให้บริการที่พึงประสงค์ที่ได้มาตรฐานไทย จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน

n=41

ลักษณะเฉพาะของโฮมสเตย์	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ทะเล	1	3.7	0	0
ภูเขา/ถ้ำ	3	11.1	0	0
น้ำตก/ลำธาร	3	11.1	0	0
โบราณสถาน	1	3.7	0	0
แม่น้ำ/ลำคลอง	11	40.7	4	28.6
บ้านสวน/ทุ่งนา	8	29.6	9	64.3
อื่นๆ (โปรดระบุ)	0	0	1	7.1
รวม	27	100	14	100

จากตารางที่ 4.8 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พึงประสงค์ที่ได้มาตรฐาน ส่วนใหญ่มีลักษณะเฉพาะเป็นแม่น้ำ/ลำคลอง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 มีลักษณะเฉพาะเป็นบ้านสวนทุ่งนา/ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 29.6 มีลักษณะเฉพาะเป็นน้ำตก/ลำธาร เป็นภูเขา/ถ้ำ/ จำนวนเท่ากันคือ 3 คน คิดเป็นร้อยละ 11.1 และน้อยที่สุดมีลักษณะเฉพาะเป็นทะเล และโบราณสถาน จำนวนเท่ากันคือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7

ผู้สนับสนุนที่พึงประสงค์ที่ได้มาตรฐาน ส่วนใหญ่มีลักษณะเฉพาะเป็นบ้านสวน/ทุ่งนา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 มีลักษณะเฉพาะเป็นแม่น้ำ/ลำคลอง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 และน้อยที่สุดมีลักษณะเฉพาะอื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและร้อยละ “จำนวนปีที่เปิดให้บริการ” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน

n=41

จำนวนปีที่เปิดให้บริการ	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ปี	21	77.8	2	14.3
1 ปี - 3 ปี	6	22.2	9	64.3
มากกว่า 3 ปี	0	0	3	21.4
รวม	27	100	14	100

จากตารางที่ 4.9 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน ส่วนใหญ่จำนวนปีที่เปิดให้บริการ 1 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 และน้อยที่สุดจำนวนปีที่เปิดให้บริการ 1 – 3 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2

ผู้สนับสนุนที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน ส่วนใหญ่จำนวนปีที่เปิดให้บริการ 1 ปี ขึ้นไป – 3 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 64.3 จำนวนปีที่เปิดให้บริการมากกว่า 3 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 และจำนวนปีที่เปิดให้บริการน้อยที่สุด 1 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

## (2) ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและร้อยละ “คุณลักษณะเฉพาะโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน

n=14

ลักษณะเฉพาะของโฮมสเตย์	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ทะเล	0	0	0	0
ภูเขาถ้ำ/	0	0	0	0
น้ำตกลำธาร/	0	0	0	0
โบราณสถาน	0	0	0	0
แม่น้ำลำคลอง/	0	0	0	0
บ้านสวนทุ่งนา/	5	100	9	100
อื่นๆ (โปรดระบุ)	0	0	0	0
	5	100	9	100

จากตารางที่ 4.10 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน มีลักษณะเฉพาะเป็นบ้านสวน/ทุ่งนาทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100

ผู้สนับสนุนที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน มีลักษณะเฉพาะเป็นบ้านสวน/ทุ่งนาทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 4.11 แสดงจำนวนและร้อยละ “จำนวนปีที่เปิดให้บริการ” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์  
บ้านนาขุนแสน จำแนกตามกลุ่มผู้ให้บริการ และผู้สนับสนุน

n=14

จำนวนปีที่เปิดให้บริการ	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ปี	0	0	2	22.2
1 ปีขึ้นไป – 3 ปี	3	60.0	5	55.6
มากกว่า 3 ปี	2	40.0	2	22.2
รวม	5	100	9	100

จากตารางที่ 4.11 พบว่า

ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน ส่วนใหญ่จำนวนปีที่เปิดให้บริการ 1 ปี  
ขึ้นไป – 3 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 เปิดให้บริการมากกว่า 3 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็น  
ร้อยละ 40.0

ผู้สนับสนุนที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน ส่วนใหญ่จำนวนปีที่เปิดให้บริการ 1 ปี  
ขึ้นไป – 3 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 จำนวนปีที่เปิดให้บริการ 1 ปี และจำนวนปีที่เปิด  
ให้บริการมากกว่า 3 ปีจำนวนเท่ากันคือ 2 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2

4.1.2 ผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนน “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้สนับสนุนโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน และ ผู้สนับสนุนโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน และ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์”ที่ได้มาตรฐาน และบ้านนาขุนแสน ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด

4.1.2.1 ผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนน “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” ของผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4.12 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยคะแนน “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” ของผู้ให้บริการ

n=27

ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปานกลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อยที่สุด 1 (ร้อยละ)		
<b>A กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์</b>									
<b>A1.ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์</b>									
1. มีส่วนร่วมในการจัดทำผังที่ตั้งของบ้านที่พักโฮมสเตย์	25 (92.6)	2 (7.4)	2 (7.4)	25 (92.6)	0	0	0	81.48	.267
2. สสำรวจความพร้อมของบ้าน	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
3. สสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์	25 (92.6)	2 (7.4)	25 (92.6)	2 (7.4)	0	0	0	81.48	.267
4. มีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว แหล่งวัฒนธรรมให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
5.มีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยวและป้ายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่พักโฮมสเตย์	23 (85.2)	4 (14.8)	4 (14.8)	23 (85.2)	0	0	0	82.96	.362
<b>A2.ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์</b>									
6.มีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะอาดและของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วนของที่พัก ได้แก่ พัดลม หีองนอน หีองส้วม ที่	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000

ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)		
พักผ่อน									
7.สร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีพของชุมชนมาตกแต่งบ้านพักโฮมสเตย์	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
8.สร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม สถานที่พักผ่อน ลานหรือซุ้มกิจกรรมที่พักรโฮมสเตย์และชุมชนให้ราบรื่น	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000

#### B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร

9.มีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารที่บ้าน หรืออาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน	1 (3.7)	26 (96.3)	1 (3.7)	26 (96.3)	0	0	0	80.74	.192
10.คัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มาจากผลผลิตโฮมสเตย์หรือผลผลิตของเกษตรกรในชุมชน	1 (3.7)	26 (96.3)	1 (3.7)	26 (96.3)	0	0	0	80.74	.192
11.จัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบอาหารให้พร้อมใช้	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
12.มีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมีความสามารถในการสนทนา เล่าความเป็นมาของอาหารพื้นถิ่น	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
13.จัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารที่บ้านหรืออาหารสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ	26 (96.3)	1 (3.7)	26 (96.3)	1 (3.7)	0	0	0	99.25	.192

#### C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย

14.มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัยพร้อมทั้งชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบ	2 (7.4)	25 (92.6)	2 (7.4)	25 (92.6)	0	0	0	81.48	.267
15.จัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะไว้บริการยามฉุกเฉิน	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000

#### D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอรรถาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

##### D1. ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอรรถาศัยไมตรีในการให้บริการ

16.ฝึกทักษะการสนทนาต้อนรับและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
17.ฝึกการแสดงภาษากายที่เป็ใจด้วยการยิ้ม	27	0	27	0	0	0	0	100.00	.000



ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)		
สบายตา มีความสนใจ มีอารมณ์ขัน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย	(100)		(100)						
18.จัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจกสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและ สังเกตความเป็นไปรอบๆ ตัว	27 (100)	-0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
<b>D2. ด้านการสนทนาอย่างมีอธยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์</b>									
19.เสริมสร้างทักษะการสนทนาสิ่งดีงามเรื่อง ใกล้ตัวหรือเรื่องเชี่ยวชาญ	27 (100)	0-	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
20.เสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุด น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมในเวลา ที่เหมาะสม	27 (100)	0-	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
21.สร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือ ถามถึงคนรอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่ม นักท่องเที่ยว	4 (14.48)	23 (85.2 )	4 (14.8)	23 (85.2)	0	0	0	82.96	.362
22.ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่าง ผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยว	1 (3.7)	26 (96.3 )	1 (3.7)	26 (96.3)	0	0	0	99.25	.192
23.ฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิตสังคม วัฒนธรรม และเป็นผู้นำกิจกรรมให้ นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญา ท้องถิ่น	27 (100)	-0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
<b>E. ความสำเร็จด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว</b>									
24.มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบและแผนที่ การเดินทางไปยังแหล่งนำเที่ยว	2 (7.4)	25 (92.6 )	2 (7.4)	25 (92.6)	0	0	0	81.48	.267
25.สร้างมีคฤเทศก์ท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคม ของท้องถิ่นและมีการพัฒนาผู้ทำหน้าที่นำ เที่ยวให้มีความรอบรู้ในแหล่งท่องเที่ยวใน ด้านต่างๆ	24 (88.9)	3 (11.1 )	24 (88.9)	3 (11.10)	0	0	0	97.78	.320
26.ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมี ส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิตประเพณี	27 (100)	0-	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000

ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)		
ท้องถิ่นและการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การทำขนมไทยการทอผ้า									
27.มีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว	2 (7.4)	25 (92.6)	2 (7.4)	25 (92.6)	0	0	0	81.48	.267
28.มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่ละภูมิประเทศ เช่น ตกปลา ชี่จักรยาน โรงเรือนเพาะเห็ด	27 (100)	0-	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
<b>F. ความสำเร็จของการให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</b>									
29.มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่า	2 (7.4)	25 (92.6)	2 (7.4)	25 (92.6)	0	0	0	81.48	.267
30.สร้างจินตนิยายเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยว	26 (96.3)	1 (3.7)	26 (96.3)	1 (3.7)	0	0	0	99.26	.192
31.สร้างความร่วมมือกับองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นในการจัดการขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาล และมีระบบการคัดแยกขยะให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม	27 (100)	-0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
<b>G. ความสำเร็จของการให้บริการด้านวัฒนธรรม</b>									
32.มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรมท้องถิ่น และรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม	2 (7.4)	25 (92.6)	2 (7.4)	25 (92.6)	0	0	0	81.48	.267
33.รักษาวินัยชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบทและมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น.	27 (100)	-0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
34.สร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น และหาการเล่นพื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมไว้บริการนักท่องเที่ยว	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
<b>H. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์</b>									
35.ปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และสื่อถึงเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
36.สร้างบริการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่คุ้มค่ากว่าเงินที่นักท่องเที่ยวจ่าย	26 (96.3)	1 (3.7)	26 (96.3)	1 (3.7)	0	0	0	99.26	.192
37.มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้	27	0	27	0	0	0	0	100.00	.000

ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)		
นักท่องเที่ยวเกิดความภูมิใจและเก็บภาพกิจกรรมนั้นไปชื่นชม	(100)		(100)						
38.สร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์“ทำในสิ่งที่มีและรักในสิ่งที่ทำ”	26 (96.3)	1 (3.7)	26 (96.3)	1 (3.7)	0	0	0	99.26	.192
39.สร้างเรื่องเล่าให้น่าสนุกและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึกประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่า เรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พักรีสอร์ท	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000

### I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

#### 11. ด้านการบริหารจัดการ.

40.มีส่วนร่วมในโครงสร้างการบริหารจัดการที่พักรีสอร์ท	26 (96.3)	1 (3.7)	26 (96.3)	1 (3.7)	0	0	0	99.26	.192
41.จัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักรีสอร์ทจัดทำทำเนียบแหล่งทรัพยากรและปราชญ์	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
42. สร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้งคณะทำงานประเมินผลการให้บริการโฮมสเตย์ในแต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
43.มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดมความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์	26 (96.3)	1 (3.7)	0	26 (96.3)	1 (3.7)	0	0	79.26	.192
44.สร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและ เป็นธรรม	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000

#### 12. ด้านการบริการ

45.มีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยว ในการลงทะเบียนระบบการจองที่พักรีสอร์ท จัดให้มีศูนย์ประสานงานและการต้อนรับ	25 (92.6)	2 (7.4)	25 (92.6)	2 (7.4)	0	0	0	98.52	.267
46.สร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งบริการสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยว	3 (11.1)	24 (88.9)	3 (11.1)	24 (88.9)	0	0	0	82.22	.320
47.จัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการ	27	0	27	0	0	0	0	100.00	.000

ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)		
ให้บริการที่פקโฮมสเตย์	(100)		(100)						
48.จัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่פקโฮมสเตย์ เช่น ผัก ผลไม้พื้นบ้าน	26 (96.3)	1 (3.7)	26 (96.3)	1 (3.7)	0	0	0	99.26	.192
49.ติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร	9 (33.3)	18 (66.7)	9 (33.3)	18 (66.7)	0	0	0	86.67	.480
50.จัดทำระบบขายตรง	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
51.จัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์	0	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	80.00	.000
52.จัดทำระบบการขายทางทีวี	2 (7.4)	25 (92.6)	2 (7.4)	25 (92.6)	0	0	0	81.48	.267
53.มีการออกบูธ	5 (18.5)	22 (81.5)	5 (18.5)	22 (81.5)	0	0	0	83.70	.396
<b>J. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์</b>									
54.มีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่פקโฮมสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย	0	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	80.00	.000
55.ออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของที่פקโฮมสเตย์	0	27 (100)	0	26 (96.3)	1 (3.7)	0	0	79.26	3.849
56.สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ให้บริการใน ชุมชน	27 (100)	0	27 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
57.สร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2 (7.4)	25 (92.6)	2 (7.4)	25 (92.6)	0	0		81.48	.267
58.สร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่น จังหวัด ในการสร้างความร่วมมือเพื่อประชาสัมพันธ์ที่פקโฮมสเตย์	5 (18.5)	22 (81.5)	5 (18.5)	22 (81.5)	0	0	0	83.70	.396

จากตารางที่ 4.12 พบว่า

“กลยุทธ์การให้บริการที่פקโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” ของผู้ให้บริการ เป็นราย  
ด้านดังนี้

## A กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์

### A1. ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์

1. การมีส่วนร่วมในการจัดทำผังที่ตั้งของบ้านที่พักรโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .267
2. การสำรวจความพร้อมของบ้าน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000
3. การสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์มีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .267
4. การมีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งวัฒนธรรมให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000
5. การมีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยว และป้ายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .362

### A2 ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์

6. การมีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะดวก และของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วนของที่พัก ได้แก่ ห้องพัก ห้องนอน ห้องส้วม ที่พักรผ่อน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000
7. การสร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณีการดำรงชีพของชุมชนมาตกแต่งบ้านพักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000
8. การสร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม สถานที่พักรผ่อน ลานหรือซุ้มกิจกรรมของที่พักโฮมสเตย์ และชุมชนให้ร่มรื่น สวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

## B กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร

### B1 ความสำเร็จของการให้บริการด้านอาหารและมีคุณภาพ

9. การมีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .192
10. การคัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ที่มาจากผลผลิตของโฮมสเตย์ หรือผลผลิตของเกษตรกรในชุมชนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .192
11. การจัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ ประกอบอาหารให้พร้อมใช้มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000
12. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมีความสามารถในการสนทนาเล่าความเป็นมาของอาหารพื้นถิ่น มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

13. การจัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 99.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .192

#### C กลุ่มการให้บริการด้านความปลอดภัย

14. การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัยพร้อมทั้งชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบมีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .267

15. การจัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะไว้บริการยามฉุกเฉินมีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

#### D กลุ่มการให้บริการด้านอรรถาธิบายไมตรีของผู้ให้บริการ

D1 ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอรรถาธิบายไมตรีในการให้บริการ

16. การฝึกทักษะการสนทนาการต้อนรับ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

17. การฝึกการแสดงภาษากายที่เปิดใจด้วยการยิ้ม สบสายตา มีความสนใจ มีอารมณ์ขันเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

18. การจัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดจากสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและสังเกตความเป็นไปรอบๆ ตัว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

D2 ด้านการสนทนาอย่างมีอรรถาธิบาย และความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วม กิจกรรมของโฮมสเตย์

19. การเสริมสร้างทักษะการสนทนาสิ่งดีงามเรื่องใกล้ตัวหรือเรื่องเชี่ยวชาญมีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

20. การเสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุดน่าสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมในเวลาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

21. การสร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือ ถามถึงคนรอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .362

22. ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยคะแนน 74.03 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

23. การฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรม และเป็นผู้นำกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

#### E กลุ่มด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว

24. การมีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบและแผนที่การเดินทางไปยังแหล่งนำเที่ยวมีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .267

25. การสร้างมัลติมีเดียที่ท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคมของท้องถิ่น และมีการพัฒนาผู้นำที่นำเที่ยวให้มีความรอบรู้ในแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 97.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .320

26. การส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานหัตถการพื้นบ้าน วิถีชีวิตประเพณีท้องถิ่น และการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การทำขนมไทย ทอผ้า มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

27. การมีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .267

28. การมีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่และภูมิประเทศ เช่น ตกปลา ขี่จักรยาน โรงเรือนเพาะเห็ด มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

#### **F กลุ่มการให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม**

29. การมีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่ามีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .267

30. การสร้างกิจนีสัยเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษา สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยคะแนน 99.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .192

31. การสร้างความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการจัดการขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาล และมีระบบการคัดแยกขยะให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

#### **G กลุ่มการให้บริการ ด้านวัฒนธรรม**

32. การมีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรมท้องถิ่น และรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .267

33. การรักษาวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบท และมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน. 000

34. การสร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น แล หากการเล่นพื้นบ้านเพื่อ ถ่ายทอดศิลปะ และวัฒนธรรมไว้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

#### **H กลุ่มการให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์**

35. การปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และสื่อถึงเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

36. การสร้างบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่คุ้มค่ามากกว่าเงินที่นักท่องเที่ยวจ่าย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 99.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .192

37. การมีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิด ความภูมิใจ และเก็บภาพกิจกรรมเหล่านั้นไปชื่นชม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน.000

38. การสร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ “ทำในสิ่งที่ มีและรักในสิ่งที่ทำ” มีค่าเฉลี่ยคะแนน 99.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .192

39. การสร้างเรื่องเล่าให้น่าสนุกและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึกประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่าเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พักรีสอร์ท มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

### I กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่ม โฮมสเตย์

#### I1 ด้านการบริหารจัดการ

40. การมีส่วนร่วมในการสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่พักรีสอร์ท มีค่าเฉลี่ยคะแนน 99.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .192

41. การจัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักรีสอร์ท จัดทำทำเนียบแหล่งทรัพยากร และ ประชาชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

42. การสร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้งคณะทำงานประเมินผลการให้บริการโฮมสเตย์ ในแต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

43. การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอด ประสบการณ์ของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 79.26 ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน .192

44. การสร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

#### I2 ด้านการบริการ

45. การมีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยวในการลงทะเบียนระบบการจองที่พักรีสอร์ท จัดให้มีศูนย์ประสานงาน และการต้อนรับมีค่าเฉลี่ยคะแนน 98.52 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .267

46. การสร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่ง บริการสินค้า และสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .320

47. การจัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการให้บริการที่พักรีสอร์ท มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

48. การจัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่พักรีสอร์ท เช่น ผัก ผลไม้พื้นบ้าน มีค่าเฉลี่ย คะแนน 99.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .192

49. การติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยคะแนน 86.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .480

50. การจัดทำระบบขายตรง มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000



51. การจัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

52. การจัดทำระบบการขายทางโดยทางทีวี มีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .267

53. การออกบูธ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 83.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .396

#### **J กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์**

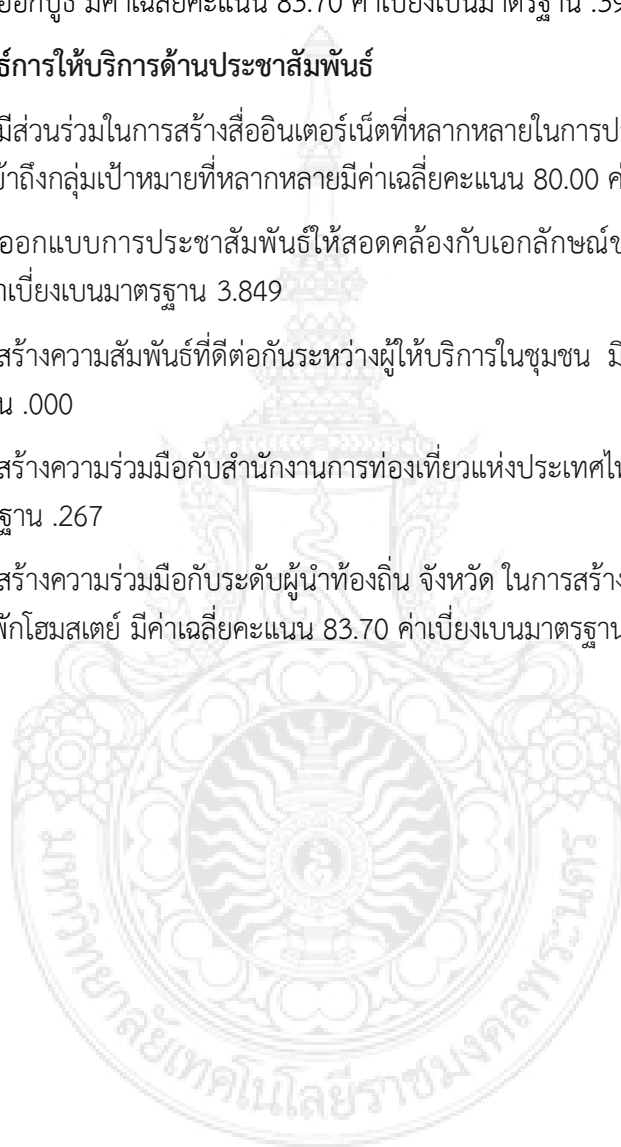
54. การมีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่פקโฮมสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

55. การออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของที่פקโฮมสเตย์มีค่าเฉลี่ยคะแนน 79.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3.849

56. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ให้บริการในชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

57. การสร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.48 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .267

58. การสร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่น จังหวัด ในการสร้างความร่วมมือเพื่อประชาสัมพันธ์ที่פקโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 83.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .396



4.1.2.2 ผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนน “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่פקโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” ของผู้ส่นับสนุน

ตารางที่ 4.13 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยคะแนน “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่פקโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” ของผู้ส่นสนับสนุน

n=14

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปานกลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อยที่สุด 1 (ร้อยละ)		
<b>A กลยุทธ์การให้บริการด้านที่פקโฮมสเตย์</b>							
<b>A1.ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์</b>							
1. มีส่วนร่วมในการจัดทำผังที่ตั้งของบ้านที่פקโฮมสเตย์	6 (42.9)	3 (21.4)	3 (21.4)	0	2 (14.3)	85.71	1.424
2. สสำรวจความพร้อมของบ้าน	2 (14.3)	3 (21.4)	2 (14.3)	2 (14.3)	5 (35.7)	52.86	1.550
3. สสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่פקโฮมสเตย์	5 (35.7)	4 (28.6)	1 (7.1)	3 (21.4)	1 (7.1)	72.86	1.393
4. มีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว แหล่งวัฒนธรรม ให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	3 (21.4)	6 (42.9)	2 (14.3)	1 (7.1)	1 (7.1)	68.57	1.345
5. มีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยวและป้ายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่פקโฮมสเตย์	5 (35.7)	4 (28.6)	2 (14.3)	3 (21.4)	1 (7.1)	71.14	1.447
<b>A2.ด้านการดูแลที่פקโฮมสเตย์</b>							
6. มีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะอาดและของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วนของที่פק ได้แก่ พัดลม หีองนอน หีองส้วม ที่פקฝ่อน	5 (35.7)	3 (21.4)	1 (7.1)	1 (7.1)	4 (28.6)	65.71	1.729
7. สร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีพของชุมชน มาตกแต่งบ้านพักโฮมสเตย์	4 (28.6)	3 (21.4)	2 (14.3)	1 (7.1)	4 (28.6)	62.86	1.657
8. สร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมสถานที่ที่פקฝ่อน ลานหรือซุ้มกิจกรรมที่פקโฮมสเตย์และ	4 (28.6)	5 (35.7)	1 (7.1)	1 (7.1)	3 (21.4)	68.57	1.555

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ						
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)	$\bar{X}$	(S.D)
ชุมชนให้ราปรื่น							

### B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร

9.มีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารที่บ้าน หรือ อาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน	5 (35.7)	3 (21.4)	2 (14.3)	0	4 (28.6)	67.14	1.762
10.คัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ที่มาจากผลผลิตโฮมสเตย์หรือผลผลิตของเกษตรกรใน ชุมชน	6 (42.9)	3 (21.4)	1 (7.1)	0	4 (28.6)	70.00	1.743
11.จัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบ อาหารให้พร้อมใช้	5 (35.7)	3 (21.4)	2 (14.3)	0	4 (28.6)	67.14	1.692
12.มีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมี ความสามารถในการสนทนา เล่าความเป็นมาของ อาหารพื้นถิ่น	3 (21.4)	5 (35.7)	3 (21.4)	0	3 (21.4)	67.14	1.447
13.จัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารที่บ้าน หรืออาหาร สุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ	5 (35.7)	3 (21.4)	2 (14.3)	1 (7.1)	3 (21.4)	67.14	1.604

### C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย

14.มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัย พร้อมทั้ง ชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบ.	4 (28.6)	3 (21.4)	4 (28.6)	1 (7.1)	2 (14.3)	72.85	1.399
15.จัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะ ไว้บริการยามฉุกเฉิน	2 (14.3)	3 (21.4)	2 (14.3)	2 (14.3)	5 (35.7)	52.86	1.550

### D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอรรถาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

#### D1. ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอรรถาศัยไมตรีในการให้บริการ

16.ฝึกทักษะการสนทนาต้อนรับและมีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ	7 (50.0)	3 (21.4)	2 (14.3)	1 (7.1)	1 (7.1)	78.57	1.301
17.ฝึกการแสดงภาษากายที่เปิดใจด้วยการยิ้ม สบสายตา มี ความสนใจ มีอารมณ์ขัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย	8 (57.1)	3 (21.4)	2 (14.3)	0	1 (7.1)	84.26	1.188
18.จัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับ	7	2	3	1 (7.1)	1 (7.1)	77.14	1.328

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ						
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)	$\bar{X}$	(S.D)
และสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและสังเกตความเป็นไป รอบๆ ตัว	(50.0)	(14.3)	(21.4)				

#### D2. ด้านการสนทนาอย่างมีอัธยาศัยและความพร้อมของผู้ให้บริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์

19.เสริมสร้างทักษะการสนทนาสิ่งดึงดูดใจเรื่องใกล้ตัวหรือ เรื่องเชี่ยวชาญ	6 (42.9)	7 (50.0)	0	0	1 (7.1)	84.26	1.501
20.เสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุดน่าสนใจของ นักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมในเวลาที่เหมาะสม	5 (35.7)	5 (35.7)	2 (14.3)	1 (7.1)	1 (7.1)	75.71	1.231
21.สร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือถามถึงคน รอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว	2 (14.3)	4 (28.6)	4 (28.6)	2 (14.3)	2 (14.3)	62.86	1.292
22.ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ให้บริการ กับนักท่องเที่ยว	6 (42.9)	3 (21.4)	3 (21.4)	0	2 (14.3)	71.43	1.424
23.ฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิตสังคม วัฒนธรรม และเป็นผู้นำกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น	7 (50.0)	4 (28.6)	0	1 (7.1)	2 (14.3)	71.43	1.492

#### E. ความสำเร็จด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว

24.มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบและแผนที่ การเดินทาง ไปยังแหล่งนำเที่ยว	4 (28.6)	2 (14.3)	1 (7.1)	3 (21.4)	4 (28.6)	58.57	1.685
25.สร้างมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคมของท้องถิ่นและมีการ พัฒนาผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวให้มีความรอบรู้ในแหล่ง ท่องเที่ยวในด้านต่างๆ	4 (28.6)	0	3 (21.4)	2 (14.3)	5 (35.7)	54.29	1.684
26.ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมใน การบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิตประเพณีท้องถิ่นและการประกอบอาชีพของคน ในชุมชน การทำขนมไทยการทอผ้า	6 (42.9)	7 (50.0)	0	0	1 (7.1)	84.29	1.051
27.มีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว	2 (14.3)	3 (21.4)	3 (21.4)	2 (14.3)	4 (28.6)	55.71	1.477

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ						
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปานกลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อยที่สุด 1 (ร้อยละ)	$\bar{X}$	(S.D)
28.มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่ละภูมิประเทศ เช่น ตกปลา ช้างกระยาน โรงเรือนเพาะเห็ด	3 (21.4)	6 (42.9)	1 (7.1) (ร้อยละ)	0 (ร้อยละ)	4 (28.6)	65.71	1.590
<b>F. ความสำเร็จของการให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</b>							
29.มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่า	1 (7.1) (ร้อยละ)	0 (ร้อยละ)	4 (28.6)	4 (28.6)	5 (35.7)	42.86	1.167
30.สร้างกนินสัยเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยว	7 (50.0)	5 (35.7)	0 (ร้อยละ)	1 (7.1) (ร้อยละ)	1 (7.1) (ร้อยละ)	81.43	1,122
31.สร้างความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการจัดการขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาล และมีระบบการคัดแยกขยะให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม	8 (57.1)	1 (7.1) (ร้อยละ)	4 (28.6)	0 (ร้อยละ)	1 (7.1) (ร้อยละ)	81.42	1.269
<b>G. ความสำเร็จของการให้บริการด้านวัฒนธรรม</b>							
32. มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรมท้องถิ่น และรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม	7 (50.0)	1 (7.1) (ร้อยละ)	4 (28.6)	1 (7.1) (ร้อยละ)	1 (7.1) (ร้อยละ)	75.71	1.351
33. รักษาวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบทและมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น.	11 (78.6)	3 (21.4)	0 (ร้อยละ)	0 (ร้อยละ)	0 (ร้อยละ)	95.71	.428
34. สร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น และหาการเล่นพื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมไว้บริการนักท่องเที่ยว	4 (28.6)	7 (50.0)	0 (ร้อยละ)	1 (7.1) (ร้อยละ)	2 (14.3)	74.29	1.383
<b>H.กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์</b>							
35. ปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และสื่อถึงเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์	7 (50.0)	3 (21.4)	0 (ร้อยละ)	0 (ร้อยละ)	4 (28.6)	72.86	1.781
36. สร้างบริการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่คุ้มค่ามากกว่าเงินที่นักท่องเที่ยวจ่าย	9 (64.3)	2 (14.3)	1 (7.1) (ร้อยละ)	1 (7.1) (ร้อยละ)	1 (7.1) (ร้อยละ)	84.26	1.311
37. มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภูมิใจและเก็บภาพกิจกรรมนั้นไปชื่นชม	8 (57.1)	4 (28.6)	0 (ร้อยละ)	0 (ร้อยละ)	2 (14.3)	82.86	1.406
38. สร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชน มาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์“ทำในสิ่งที่มีและรักในสิ่งที่ทำ”	7 (50.0)	4 (28.6)	1 (7.1) (ร้อยละ)	0 (ร้อยละ)	2 (14.3)	80.00	1.414

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ						
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปานกลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อยที่สุด 1 (ร้อยละ)	$\bar{X}$	(S.D)
39. สร้างเรื่องเล่าให้น่าสนุกและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึกประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่า เรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พักรโหมสเตย์	6 (42.9)	3 (21.4)	1 (7.1) (ร้อยละ)	0 (ร้อยละ)	4 (28.6)	70.00	1.743

### I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

#### 11. ด้านการบริหารจัดการ.

40. มีส่วนร่วมในโครงสร้างการบริการจัดการที่พักรโหมสเตย์	3 (21.4)	1 (7.1) (ร้อยละ)	2 (14.3)	3 (21.4)	5 (35.7)	51.43	1.604
41. จัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักรโหมสเตย์ จัดทำทำเนียบแหล่งทรัพยากรและปราชญ์	4 (28.6)	5 (35.7)	1 (7.1) (ร้อยละ)	1 (7.1) (ร้อยละ)	5 (35.7)	71.43	1.754
42. สร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้งคณะทำงานประเมินผลการให้บริการโฮมสเตย์ในแต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม	5 (35.7)	2 (14.3)	1 (7.1) (ร้อยละ)	4 (28.6)	4 (28.6)	68.57	1.590
43. มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดมความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์	5 (35.7)	5 (35.7)	2 (14.3)	0 (ร้อยละ)	2 (14.3)	75.71	1.369
44. สร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม	4 (28.6)	8 (57.1)	1 (7.1) (ร้อยละ)	0 (ร้อยละ)	1 (7.1) (ร้อยละ)	80.00	1.038

#### 12. ด้านการบริการ

45. มีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยว ในการลงทะเบียนระบบการจองที่พักรโหมสเตย์ จัดให้มีศูนย์ประสานงานและการต้อนรับ	6 (42.9)	3 (21.4)	2 (14.3)	1 (7.1) (ร้อยละ)	2 (14.3)	74.29	1.490
46. สร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งบริการสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยว	5 (35.7)	3 (21.4)	1 (7.1) (ร้อยละ)	4 (28.6)	1 (7.1) (ร้อยละ)	70.00	1.454
47. จัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการให้บริการที่พักรโหมสเตย์	5 (35.7)	5 (35.7)	1 (7.1) (ร้อยละ)	0 (ร้อยละ)	3 (21.4)	72.86	1.550
48. จัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่พักรโหมสเตย์	2 (14.3)	3 (21.4)	2 (14.3)	2 (14.3)	5 (35.7)	52.86	1.550

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ						
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)	$\bar{X}$	(S.D)
เช่น ผัก ผลไม้พื้นบ้าน							
49. ติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร	1 (7.1)	2 (14.3)	1 (7.1)	2 (14.3)	8 (57.1)	40.00	1.414
50. จัดทำระบบขายตรง	3 (21.4)	2 (14.3)	0	0	9 (64.3)	45.71	1.664
51. จัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์	2 (14.3)	1 (7.1)	2 (14.3)	1 (7.1)	8 (57.1)	42.86	1.562
52. จัดทำระบบการขายทางทีวี	4 (28.6)	1 (7.1)	0	3 (21.4)	6 (42.9)	51.43	1.785
53. มีการออกบูธ	2 (14.3)	1 (7.1)	0	2 (14.3)	9 (64.3)	30.86	1.542
<b>J. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์</b>							
54. มีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย	1 (7.1)	1 (7.1)	3 (21.4)	2 (14.3)	7 (50.0)	32.00	1.328
55. ออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของที่พักโฮมสเตย์	6 (42.9)	2 (14.3)	1 (7.1)	1 (7.1)	4 (28.6)	67.14	1.781
56. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ให้บริการในชุมชน	7 (50.0)	4 (28.6)	1 (7.1)	0	2 (14.3)	80.00	1.414
57. สร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	5 (35.7)	3 (21.4)	0	2 (14.3)	4 (28.6)	46.71	1.762
58. สร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่นจังหวัด ในการสร้างความร่วมมือเพื่อประชาสัมพันธ์ที่พักโฮมสเตย์	7 (50.0)	2 (14.3)	0	2 (14.3)	3 (21.4)	51.29	1.742

จากตารางที่ 4.13 พบว่า

“ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” ของผู้สนับสนุน เป็นรายด้านดังนี้

A กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์

A1. ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์

1. การมีส่วนร่วมในการจัดทำผังที่ตั้งของบ้านที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 85.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.424
2. การสำรวจความพร้อมของบ้าน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 52.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.550
3. การสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 72.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.393
4. การมีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งวัฒนธรรมให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 68.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.345
5. การมีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยว และป้ายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 71.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.447

#### **A2 ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์**

6. การมีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะอาด และของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วนของที่พัก ได้แก่ ห้องพัก ห้องนอน ห้องส้วม ที่พักผ่อน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 65.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.729
7. การสร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณีการดำรงชีพของชุมชนมาตกแต่งบ้านพักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 62.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.657
8. การสร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม สถานที่พักผ่อน ลานหรือซุ้มกิจกรรมของที่พักโฮมสเตย์ และชุมชนให้ร่มรื่น สวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 68.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.555

#### **B กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร**

##### **B1 ความสำเร็จของการให้บริการด้านอาหารและมีคุณภาพ**

9. การมีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 67.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.762
10. การคัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ที่มาจากผลผลิตของโฮมสเตย์หรือผลผลิตของเกษตรกรในชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 70.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.743
11. การจัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ ประกอบอาหารให้พร้อมใช้มีค่าเฉลี่ยคะแนน 67.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.692
12. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมีความสามารถในการสนทนาเล่าความเป็นมาของอาหารพื้นถิ่น มีค่าเฉลี่ยคะแนน 67.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.447



13. การจัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 67.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.604

#### C กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย

14. การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัยพร้อมทั้งชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบมีค่าเฉลี่ยคะแนน 72.85 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.399

15. การจัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะไว้บริการยามฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 52.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.550

#### D กลยุทธ์การให้บริการด้านอรรถาธิบายไม่ตรีของผู้ให้บริการ

##### D1 ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอรรถาธิบายไม่ตรีในการให้บริการ

16. การฝึกทักษะการสนทนาการต้อนรับ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 78.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.301

17. การฝึกการแสดงภาษากายที่เป็ใจด้วยการยิ้ม สบสายตา มีความสนใจ มีอารมณ์ขันเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.188

18. การจัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และสังเกตความเป็นไปรอบๆ ตัว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.328

##### D2 ด้านการสนทนาอย่างมีอรรถาธิบาย และความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมของโฮมสเตย์

19. การเสริมสร้างทักษะการสนทนาสิ่งดึงดูดใจเรื่องใกล้ตัวหรือเรื่องเชี่ยวชาญมีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.501

20. การเสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุดน่าสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมในเวลาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.231

21. การสร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือ ถ้ามถึงคนรอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยคะแนน 62.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.292

22. ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.424

23. การฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิตสังคม วัฒนธรรมและเป็นผู้นำกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยคะแนน 71.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.492

#### **E กลยุทธ์ด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว**

24. การมีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบและแผนที่การเดินทางไปยังแหล่งนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 58.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.685

25. การสร้างมัลติมีเดียท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคมของท้องถิ่น และมีการพัฒนาผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวให้มีความรอบรู้ในแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 54.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.684

26. การส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานหัตถการพื้นบ้าน วิถีชีวิตประเพณีท้องถิ่น และการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การทำขนม ไทยทอดผ้า มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.051

27. การมีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 55.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.477

28. การมีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่และภูมิประเทศ เช่น ตกปลา ช้างจรรย์านโรงเรือน เพาะเห็ด มีค่าเฉลี่ยคะแนน 65.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.590

#### **F กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม**

29. การมีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่ามีค่าเฉลี่ยคะแนน 42.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.167

30. การสร้างจิตนิสัยเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษา สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.42 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.122

31. การสร้างความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการจัดการขยะที่ถูกต้องหลักสุขภาพ และมีระบบการคัดแยกขยะให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.269

#### **G กลยุทธ์การให้บริการ ด้านวัฒนธรรม**

32. การมีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรมท้องถิ่น และรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.351

33. การรักษาวินัยชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบท และมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยคะแนน 95.17 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .428

34. การสร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น แล หากการละเล่นพื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดศิลปะและวัฒนธรรมไว้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 74.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.383

#### H กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์

35. การปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และสื่อถึงเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 72.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.781

36. การสร้างบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่คุ้มค่ามากกว่าเงินที่นักท่องเที่ยวจ่าย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.26 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.311

37. การมีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิด ความภูมิใจ และเก็บภาพกิจกรรมเหล่านั้นไปชื่นชม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.406

38. การสร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ “ทำในสิ่งที่มีและรักในสิ่งที่ทำ” มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.414

39. การสร้างเรื่องเล่าให้น่าสนุกและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึกประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่าเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พักรโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 70.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.743

#### I กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่ม โฮมสเตย์

##### I1 ด้านการบริหารจัดการ

40. การมีส่วนร่วมในการสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่พักรโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 51.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.604

41. การจัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักรโฮมสเตย์ จัดทำทำเนียบแหล่งทรัพยากร และปราชญ์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 71.84 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.754

42. การสร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้งคณะทำงานประเมินผลการให้บริการโฮมสเตย์ในแต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 68.57 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.590

43. การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.369

44. การสร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.038

12 ด้านการบริการ

45. การมีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยวในการลงทะเบียนระบบการจองที่พักโฮมสเตย์ จัดให้มีศูนย์ประสานงาน และการต้อนรับมีค่าเฉลี่ยคะแนน 74.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.490

46. การสร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่ง บริการสินค้า และสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 70.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.454

47. การจัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 72.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.550

48. การจัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ เช่น ผัก ผลไม้พื้นบ้าน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 52.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.550

49. การติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยคะแนน 40.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.414

50. การจัดทำระบบขายตรง มีค่าเฉลี่ยคะแนน 45.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.664

51. การจัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 42.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.562

52. การจัดทำระบบการขายทางโดยทางทัวร์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 51.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.785

53. การออกบูธ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 30.86 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.542

**J กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์**

54. การมีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ยคะแนน 32.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.328

55. การออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของที่พักโฮมสเตย์มีค่าเฉลี่ยคะแนน 67.14 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.781

56. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ให้บริการในชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.414

57. การสร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 46.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.762

58. การสร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่น จังหวัด ในการสร้างความร่วมมือเพื่อประชาสัมพันธ์ที่ปักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 51.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.742



4.1.2.3 ผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนน “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักรีสเตย์บ้านนาขุนแสน” ของผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4.14 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยคะแนน “การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักรีสเตย์บ้านนาขุนแสน” ของผู้ให้บริการ

n=5

ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปานกลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อยที่สุด 1 (ร้อยละ)		
<b>A กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์</b>									
<b>A1.ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์</b>									
1. มีส่วนร่วมในการจัดทำผังที่ตั้งของบ้านที่พักรีสเตย์	--0	5 (100)	0	0	0	0	5 (100)	20.00	.000
2. สำรวจความพร้อมของบ้าน	4 (80.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	3 (60.0)	0	0	1 (20.0)	72.00	1.095
3. สำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่พักรีสเตย์	0	5 (100)	0	0	0	4 (80.0)	1 (20.0)	36.00	.447
4. มีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว แหล่งวัฒนธรรมให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	1 (20.0)	4 (80.0)	1 (20.0)	0	1 (20.0)	3 (60)	0	56.00	.894
5. มีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยวและป้ายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่พักรีสเตย์	0	5 (100)	0	0	0	2 (40.0)	3 (60)	28.00	.548
<b>A2.ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์</b>									
6. มีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะอาดและของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วนของที่พัก ได้แก่ พัดลม ห้องนอน ห้องส้วม ที่พักร่วม	5 (100)	0	1 (20.0)	4 (80.0)	0	0	0	84.00	.447
7. สร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีพของชุมชนมาตกแต่งบ้านพักรีสเตย์	5 (100)	0	3 (60)	2 (40.0)	0	0	0	92.00	.548
8. สร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม สถานที่พักร่วม ลานหรือซุ้มกิจกรรมที่พักรีสเตย์และชุมชนให้ราบรื่น	5 (100)	0	5 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
<b>B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร</b>									
9. มีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารพื้นบ้าน	4	1	3	1	0	1	0	84.00	1.304

ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)		
หรืออาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน	(80.0)	(20.0)	(60)	(20.0)		(20.0)			
10.คัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มาจากผลผลิตโฮมสเตย์หรือผลผลิตของเกษตรกรในชุมชน	3 (60)	2 (40.0)	3 (60)	2 (40.0)	0	0	0	92.00	.548
11.จัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบอาหารให้พร้อมใช้	3 (60)	2 (40.0)	3 (60)	2 (40.0)	0	0	0	92.00	.548
12.มีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมีความสามารถในการสนทนา เล่าความเป็นมาของอาหารพื้นถิ่น	2 (40.0)	3 (60)	2 (40.0)	3 (60)	0	0	0	88.00	.548
13.จัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ	4 (80.0)	1 (20.0)	1 (20.0)	3 (60)	1 (20.0)	0	0	80.00	.707
<b>C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย</b>									
14.มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัย พร้อมทั้งชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบ	-0	5 (100)	0	0	0	2 (40.0)	3 (60)	28.00	.548
15.จัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะไว้บริการยามฉุกเฉิน	1 (20.0)	4 (80.0)	0	1 (20.0)	1 (20.0)	2 (40.0)	1 (20.0)	48.00	1.140
<b>D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอรรถาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ</b>									
<b>D1. ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอรรถาศัยไมตรีในการให้บริการ</b>									
16.ฝึกทักษะการสนทนาต้อนรับและมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ	3 (60)	2 (40.0)	2 (40.0)	1 (20.0)	2 (40.0)	0	0	80.00	1.517
17.ฝึกการแสดงภาษากายที่เปิดใจด้วยการยิ้ม สบสายตา มีความสนใจ มีอารมณ์ขัน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย	5 (100)	0-	2 (40.0)	3 (60)	0	0	0	88.00	.548
18.จัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและสังเกตความเป็นไปรอบๆ ตัว	5 (100)	-0	5 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
<b>D2. ด้านการสนทนาอย่างมีอรรถาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์</b>									
19.เสริมสร้างทักษะการสนทนาสิ่งดีงามเรื่องใกล้ตัวหรือเรื่องเชี่ยวชาญ	4 (80.0)	1 (20.0)	3 (60)	1 (20.0)	1 (20.0)	0	0	88.00	.894
20.เสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุดน่าสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมในเวลาที่เหมาะสม	2 (40.0)	3 (60)	1 (20.0)	1 (20.0)	3 (60)	0	0	72.00	.894

ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)		
21.สร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือถามถึงคนรอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว	-0	5 (100)	0	0	0	0	5 (100)	20.00	.000
22.ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยว	3 (60)	2 (40,0)	0	3 (60)	1 (20.0)	0	1 (20.0)	64.00	1.304
23.ฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิตสังคมวัฒนธรรม และเป็นผู้นำกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น	5 (100)	0-	4 (80.0)	1 (20.0)	0	0	0	96.00	.447

#### E. ความสำเร็จด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว

24.มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบและแผนที่ การเดินทางไปยังแหล่งนำเที่ยว	1 (20.0)	1 (20.0)	0	1 (20.0)	0	0	4 (80.0)	32.00	.447
25.สร้างมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคมของท้องถิ่น และมีการพัฒนาผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวให้มีความรอบรู้ในแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ	5 (100)	0-	4 (80.0)	1 (20.0)	0	0	0	96.00	.447
26.ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิตประเพณีท้องถิ่นและการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การทำขนมไทยการทอผ้า	5 (100)	0-	5 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
27.มีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว	1 (20.0)	4 (80.0)	1 (20.0)	0	0	4 (80.0)	0	52.00	1.789
28.มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่ละภูมิประเทศ เช่น ตกปลา ชี่จักรยาน โรงเรือนเพาะเห็ด	5 (100)	0-	5 (100)	0	0	0	0	100.00	.000

#### F. ความสำเร็จของการให้บริการด้าน

##### ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

29.มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่า	3 (60)	2 (40,0)	1 (20.0)	2 (40,0)	0	1 (20.0)	1 (20.0)	64.00	1.643
30.สร้างกนินสัยเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยว	5 (100)	0-	5 (100)	0	0	0	0	100.00	.000



ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)		
31.สร้างความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการจัดการขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาล และมีระบบการคัดแยกขยะให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม	5 (100)	-0	1 (20.0)	4 (80.0)	0	0	0	84.00	.447

#### G. ความสำเร็จของการให้บริการด้านวัฒนธรรม

32.มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรมท้องถิ่นและรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม	2 (40,0)	3 (60)	1 (20.0)	1 (20.0)			3 (60)	48.00	1.949
33.รักษาวินัยชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบทและมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น.	5 (100)	-0	5 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
34.สร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น และหาการเล่นพื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมไว้บริการนักท่องเที่ยว	5 (100)	0-	3 (60)	2 (40,0)	0	0	0	92.00	1.643

#### H. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์

35.ปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และสื่อถึงเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์	5 (100)	-0	2 (40,0)	3 (60)	0	0	0	88.00	.548
36.สร้างบริการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่คุ้มค่ามากกว่าเงินที่นักท่องเที่ยวจ่าย	-	5 (100)	0	0	5 (100)	0	0	60.00	.000
37.มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภูมิใจและเก็บภาพกิจกรรมนั้นไปชื่นชม	5 (100)	0-	5 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
38.สร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์“ทำในสิ่งที่มีและรักในสิ่งที่ทำ”	5 (100)	-0	0	5 (100)	0	0	0	80.00	.000
39.สร้างเรื่องเล่าให้น่าสนุกและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึกประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่า เรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พักรโฮมสเตย์	5 (100)	0-	0	4 (80.0)	1 (20.0)	0	0	76.00	.447

#### I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

##### 11. ด้านการบริหารจัดการ.

40.มีส่วนร่วมในโครงสร้างการบริหารจัดการที่พักโฮมสเตย์	5 (100)	-0	2 (40,0)	3 (60)	0	0	0	88.00	2.191
41.จัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์จัดทำทำเนียบแหล่งทรัพยากรและปราชญ์	1 (20.0)	4 (80.0)	1 (20.0)	0	0	0	4 (80.0)	36.00	1.789

ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)		
42.สร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้ง คณะทำงานประเมินผลการให้บริการโฮมสเตย์ใน แต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม	2 (40,0)	3 (60)	2 (40,0)	0	0	0	3 (60)	52.00	2.191
43.มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดม ความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอด ประสบการณ์ของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนา ขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์	4 (80,0)	1 (20,0)	2 (40,0)	2 (40,0)	0	0	1 (20,0)	76.00	1.643
44.สร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึง และเป็นธรรม	3 (60)	2 (40,0)	2 (40,0)	1 (20,0)	0	2 (40,0)	0	72.00	1.517

## 12. ด้านการบริการ

45.มีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยว ใน การลงทะเบียนระบบการจองที่พักโฮมสเตย์ จัด ให้มีศูนย์ประสานงานและการต้อนรับ	3 (60)	2 (40,0)	1 (20,0)	2 (40,0)	0	2 (40,0)	0	60.00	1.342
46.สร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยัง แหล่งบริการสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยว	-0 (100)	5	0	0	0	0	5 (100)	20.00	.000
47.จัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการให้บริการที่ พักโฮมสเตย์	5 (100)	-0	5 (100)	0	0	0	0	100.00	.000
48.จัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่พักโฮมส เตย์ เช่น ผัก ผลไม้พื้นบ้าน	5 (100)	-0	0	5 (100)	0	0	0	80.00	.447
49.ติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร	-0 (100)	5 (100)	0	0	0	0	5 (100)	20.00	.000
50.จัดทำระบบขายตรง	5 (100)	0-	4 (80,0)	1 (20,0)	0	0	0	96.00	.447
51.จัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์	-0 (100)	5 (100)	0	0	0	1 (20,0)	4 (80,0)	24.00	.447
52.จัดทำระบบการขายทางทัวร์	-0 (100)	5 (100)	0	0	0	0	5 (100)	20.00	.000
53.มีการออกบูธ	-0 (100)	5 (100)	0	0	0	0	5 (100)	20.00	.000

## J. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์

54.มีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่ หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่พัก โฮมสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย	0- (100)	5 (100)	0	0	0	0	5 (100)	20.00	.000
55.ออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับ	1	4	0	1	0	1	3	32.00	1.304

ข้อความ	มี	ไม่มี	การใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
			มากที่สุด 5 (ร้อย ละ)	มาก 4 (ร้อย ละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อย ละ)	น้อย 2 (ร้อย ละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อย ละ)		
เอกลักษณ์ของที่พักโฮมสเตย์	(20.0)	(80.0)		(20.0)		(20.0)	(60)		
56.สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ให้บริการ ใน ชุมชน	5 (100)	0-	1 (20.0)	4 (80.0)	0	0	0	84.00	.200
57.สร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย	0-	5 (100)	0	0	0	0	5 (100)	20.00	.000
58.สร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่นจังหวัด ใน การสร้างความร่วมมือเพื่อประชาสัมพันธ์ที่พัก โฮมสเตย์	0-	5 (100)	0	0	0	0	5 (100)	20.00	.000

จากตารางที่ 4.14 พบว่า

“การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน” ของผู้ให้บริการ เป็นราย  
ด้านดังนี้

#### A กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์

##### A1. ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์

1. การมีส่วนร่วมในการจัดทำผังที่ตั้งของบ้านที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 20.00 ค่า  
เบี่ยงเบนมาตรฐาน .000
2. การสำรวจความพร้อมของบ้าน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 72.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.095
3. การสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่พัก  
โฮมสเตย์มีค่าเฉลี่ยคะแนน 36.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .447
4. การมีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และแหล่ง  
วัฒนธรรมให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 56.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .894
5. การมีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยว และป้ายที่เกี่ยวข้องกับ  
การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 28.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .548

##### A2 ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์

6. การมีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะอาด และของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วน ของที่พัก ได้แก่ ห้องพัก ห้องนอน ห้องส้วม ที่พักผ่อน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .447

7. การสร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณีการดำรงชีพของชุมชนมาตกแต่งบ้านพักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 92.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .548

8. การสร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม สถานที่พักผ่อน ลานหรือซุ้มกิจกรรม ของที่พักโฮมสเตย์ และชุมชนให้ร่มรื่น สวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

## **B กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร**

### **B1 ความสำเร็จของการให้บริการด้านอาหารและมีคุณภาพ**

9. การมีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.304

10. การคัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ที่มาจากผลผลิตของโฮมสเตย์ หรือผลผลิตของเกษตรกรในชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 92.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .548

11. การจัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ ประกอบอาหารให้พร้อมใช้ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 92.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .548

12. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมีความสามารถในการสนทนาเล่าความเป็นมาของอาหารพื้นถิ่น มีค่าเฉลี่ยคะแนน 88.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .548

13. การจัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707

## **C กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย**

14. การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัยพร้อมทั้งชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบมีค่าเฉลี่ยคะแนน 28.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .548

15. การจัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะไว้บริการยามฉุกเฉินมีค่าเฉลี่ยคะแนน 48.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.140

## **D กลยุทธ์การให้บริการด้านอัยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ**

### **D1 ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอัยาศัยไมตรีในการให้บริการ**

16. การฝึกทักษะการสนทนาการต้อนรับ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.517

17. การฝึกการแสดงภาษากายที่เปิดใจด้วยการยิ้ม สบสายตา มีความสนใจ มีอารมณ์ขันเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 88.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .548

18. การจัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและสังเกตความเป็นไปรอบๆ ตัว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

## **D2 ด้านการสนทนาอย่างมีธรรมาภิบาล และความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วม กิจกรรมของโฮมสเตย์**

19. การเสริมสร้างทักษะการสนทนาสิ่งดึงดูดใจเรื่องใกล้ตัวหรือเรื่องเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 88.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .894

20. การเสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุดน่าสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมในเวลาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 72.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .894

21. การสร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือ ญาติมิตรรอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 20.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

22. ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 64.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.304

23. การฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิตสังคม วัฒนธรรมและเป็นผู้นำกิจกรรม ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยคะแนน 96.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .447

## **E กลยุทธ์ด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว**

24. การมีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบและแผนที่การเดินทางไปยังแหล่งนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 32.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .447

25. การสร้างมัคคุเทศก์ท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคมของท้องถิ่น และมีการพัฒนาผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวให้มีความรอบรู้ในแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 96.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .447

26. การส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานหัตถการพื้นบ้าน วิถีชีวิตประเพณีท้องถิ่น และการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การทำขนม ไทยทอดผ้า มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

27. การมีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 52.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.789

28. การมีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่และภูมิประเทศ เช่น ตกปลา ชี่จักรยาน โรงเรือน เพาะเห็ด มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

#### F กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม

29. การมีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่า มีค่าเฉลี่ยคะแนน 64.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.643

30. การสร้างกิจนิสัยเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษา สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

31. การสร้างความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการจัดการขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาล และมีระบบการคัดแยกขยะให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .447

#### G กลยุทธ์การให้บริการ ด้านวัฒนธรรม

32. การมีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรมท้องถิ่น และรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 48.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.949

33. การรักษาวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบท และมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

34. การสร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น แล ทหาการเล่นพื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดศิลปะและวัฒนธรรมไว้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 92.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.643

#### H กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์

35. การปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และสื่อถึงเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 88.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .548

36. การสร้างบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่คุ้มค่ามากกว่าเงินที่นักท่องเที่ยวจ่าย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 60.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

37. การมีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิด ความภูมิใจ และเก็บภาพกิจกรรมเหล่านั้นไปชื่นชม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

38. การสร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ “ทำในสิ่งที่ มีและรักในสิ่งที่ทำ” มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

39. การสร้างเรื่องเล่าให้น่าสนุกและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึกประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่าเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พักรีสอร์ท มีค่าเฉลี่ยคะแนน 76.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .447

### I กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่ม โฮมสเตย์

#### 11 ด้านการบริหารจัดการ

40. การมีส่วนร่วมในการสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่พักรีสอร์ท มีค่าเฉลี่ยคะแนน 88.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.191

41. การจัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักรีสอร์ท จัดทำทำเนียบแหล่งทรัพยากร และ ประชาชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 36.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.789

42. การสร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้งคณะทำงานประเมินผลการให้บริการโฮมสเตย์ ในแต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 52.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2.191

43. การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอด ประสบการณ์ของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 76.00 ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.643

44. การสร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 72.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.517

#### 12 ด้านการบริการ

45. การมีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยวในการลงทะเบียนระบบการจองที่พักรีสอร์ท จัดให้มีศูนย์ประสานงาน และการต้อนรับมีค่าเฉลี่ยคะแนน 60.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.342

46. การสร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่ง บริการสินค้า และสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 20.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

47. การจัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการให้บริการที่พักรีสอร์ท มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

48. การจัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่พักรีสอร์ท เช่น ผัก ผลไม้พื้นบ้าน มีค่าเฉลี่ย คะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .447

49. การติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยคะแนน 20.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

50. การจัดทำระบบขายตรง มีค่าเฉลี่ยคะแนน 96.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .447

51. การจัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 24.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .447

52. การจัดทำระบบการขายทางโดยทางทีวี มีค่าเฉลี่ยคะแนน 20.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

53. การออกบูธ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 20.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

#### J กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์

54. การมีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่พัคโฮมสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 20.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

55. การออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของที่พัคโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 32.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.304

56. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ให้บริการในชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .200

57. การสร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 20.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

58. การสร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่น จังหวัด ในการสร้างความร่วมมือเพื่อประชาสัมพันธ์ที่พัคโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 20.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000



4.1.2.4 ผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนน “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พัก  
โฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน” ของผู้สนับสนุน

ตารางที่ 4.15 แสดงจำนวน ร้อยละ และค่าเฉลี่ยคะแนน “ความต้องการใช้กลยุทธ์การ  
ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน” ของผู้สนับสนุน

n=9

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ					$\bar{X}$	(S.D)
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปานกลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อยที่สุด 1 (ร้อยละ)		
<b>A กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์</b>							
<b>A1.ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์</b>							
1. มีส่วนร่วมในการจัดทำผังที่ตั้งของบ้านที่พักโฮมสเตย์	2 (22.22)	1 (11.11)	0	2 (22.22)	4 (44.44)	75.56	.972
2. สสำรวจความพร้อมของบ้าน	4 (44.44)	1 (11.11)	0	2 (22.22)	2 (22.22)	71.11	1.014
3. สสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์	1 (11.11)	0	0	4 (44.44)	4 (44.44)	86.67	.782
4. มีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว แหล่งวัฒนธรรมให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	2 (22.22)	0	0	2 (22.22)	5 (55.56)	80.00	.707
5. มีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยวและป้ายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่พักโฮมสเตย์	1 (11.11)	1 (11.11)	0	2 (22.22)	2 (22.22)	51.11	.928
<b>A2.ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์</b>							
6. มีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะอาดและของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วนของที่พัก ได้แก่ พัดลม ห้องนอน ห้องส้วม ที่พักผ่อน	2 (22.22)	0	0	2 (22.22)	5 (55.56)	80.00	.707
7. สร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีพของชุมชนมาตกแต่งบ้านพักโฮมสเตย์	3 (33.33)	0	0	2 (22.22)	4 (44.44)	77.78	.782

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ					
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)	$\bar{X}$ (S.D)
8. สร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม สถานที่พักผ่อน ลานหรือซุ้มกิจกรรมที่พักผ่อนสบาย และชุมชนให้ราบริน-	3 (33.33)	0	0	1 (11.11)	5 (55.56)	75.56 .667

#### B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร

9. มีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารที่บ้าน หรืออาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน-	1 (11.11)	0	0	2 (22.22)	6 (66.67)	82.22 .601
10. คัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการประกอบ อาหารที่มาจากผลผลิตโฮมสเตย์หรือผลผลิตของ เกษตรกรในชุมชน-	0	0	0	1 (11.11)	8 (88.89)	82.22 .333
11. จัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบ อาหารให้พร้อมใช้	1 (11.11)	0	0	1 (11.11)	7 (77.78)	80.00 .500
12. มีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมี ความสามารถในการสนทนา เล่าความเป็นมาของ อาหารพื้นถิ่น	1 (11.11)	0	0	1 (11.11)	7 (77.78)	80.00 .500
13. จัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารที่บ้าน หรืออาหาร สุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ	1 (11.11)	0	0	6 (66.67)	2 (22.22)	91.11 .726

#### C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย

14. มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัย พร้อมทั้ง ชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบ	2 (22.22)	0	0	2 (22.22)	5 (55.56)	80.00 .707
15. จัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะ ไว้บริการยามฉุกเฉิน	3 (33.33)	0	0	1 (11.11)	5 (55.56)	75.56 .667

#### D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

##### D1. ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอธยาศัยไมตรีในการให้บริการ

16. ฝึกทักษะการสนทนาต้อนรับและมีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ	2 (22.22)	0	0	2 (22.22)	5 (55.56)	80.00 .707
17. ฝึกการแสดงภาษากายที่เป็ใจด้วยการยิ้ม สบสายตา	1	0	0	3	5	84.44 .667

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ					
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปานกลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อยที่สุด 1 (ร้อยละ)	$\bar{X}$ (S.D)
มีความสนใจ มีอารมณ์ขัน เพื่อให้พนักงานที่อาวุโสที่สุดผ่อนคลาย	(11.11)			(.33.33)	(55.56)	
18. จัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับแล สื่อสารกับพนักงานที่เกี่ยวข้องและสังเกตความเป็นไปรอบๆ ตัว	1 (11.11)	0	0	2 (22.22)	6 (66.67)	82.22 .601
<b>D2. ด้านการสนทนอย่างมีอัยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์</b>						
19. เสริมสร้างทักษะการสนทนาสิ่งดีงามเรื่องใกล้ตัวหรือ เรื่องเชี่ยวชาญ	1 (11.11)	0	0	1 (11.11)	7(77.78)	80.00 .500
20. เสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุดน่าสนใจของ พนักงานที่เกี่ยวข้องเพื่อชื่นชมในเวลาที่เหมาะสม	1 (11.11)	0	0	2 (22.22)	6 (66.67)	82.22 .601
21. สร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือถามถึงคน รอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว	4 (44.44)	0	0	2 (22.22)	3 (.33.33)	75.56 .833
22. ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ให้บริการ กับนักท่องเที่ยว	3 (.33.33)	0	0	2 (22.22)	4 (44.44)	77.78 .601
23. ฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิตสังคม วัฒนธรรม และเป็นผู้นำกิจกรรมให้นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น	2 (22.22)	0	0	1 (11.11)	6 (66.67)	77.78 .601
<b>E. ความสำเร็จด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว</b>						
24. มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบและแผนที่การเดินทาง ไปยังแหล่งนำเที่ยว	1 (11.11)	0	0	2 (22.22)	6 (66.67)	82.22 1.685
25. สร้างมีคฤเทศก์ท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ ความรู้ ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคมของท้องถิ่นและมี การพัฒนาผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวให้มีความรอบรู้ในแหล่ง ท่องเที่ยวในด้านต่างๆ	0	0	0	2 (22.22)	7(77.78)	84.44 1.684
26. ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมใน การบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานหัตถกรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิตประเพณีท้องถิ่นและการประกอบอาชีพของคน	2 (22.22)	0	1 (11.11)	1 (11.11)	5 (55.56)	71.11 1.051

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ						$\bar{X}$	(S.D)
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)			
ในชุมชน การทำขนมไทย การทอผ้า								
27. ส่วนร่วมในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว	4 (44.44)	0	0	2 (22.22)	3 (33.33)	75.56	.833	
28. มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่ละภูมิประเทศ เช่น ตกปลา ชีจักรยาน โรงเรือนเพาะเห็ด	2 (22.22)	0	0	1 (11.11)	6 (66.67)	77.78	.601	
<b>F. ความสำเร็จของการให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</b>								
29. มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่า	3 (33.33)	0	0	2 (22.22)	4 (44.44)	77.78	.782	
30. สร้างจิตนิสัยเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยว	3 (33.33)	0	0	2 (22.22)	4 (44.44)	77.78	.782	
31. สร้างความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการจัดการขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาล และมีระบบการคัดแยกขยะให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม	0	0	0	2 (22.22)	7 (77.78)	84.44	.441	
<b>G. ความสำเร็จของการให้บริการด้านวัฒนธรรม</b>								
32. มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรมท้องถิ่น และรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม	0	0	0	1 (11.11)	8 (88.9)	82.22	.333	
33. รักษาวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบทและมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น.	0	0	0	0	9 (100)	80.00	.000	
34. สร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น และหาการเล่นพื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมไว้บริการนักท่องเที่ยว	0	0	0	2 (22.22)	7 (77.78)	84.44	.441	
<b>H. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์</b>								
35. ปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และสื่อถึงเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์	0	0	0	1 (11.11)	8 (88.9)	82.22	.333	
36. สร้างบริการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่	0	0	0	2	7	84.44	.441	

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ						$\bar{X}$	(S.D)
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปาน กลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อย ที่สุด 1 (ร้อยละ)			
ค้ำค้ำมากกว่าเงินที่นักท่องเที่ยวจ่าย				(22.22)	(77.78)			
37. มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภูมิใจและเก็บภาพกิจกรรมนั้นไปชื่นชม	1 (11.11)	0	0	1 (11.11)	7 (77.78)	80.00	.500	
38. สร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์“ทำในสิ่งที่มีและรักในสิ่งที่ทำ”	2 (22.22)	0	0	0	7 (77.78)	75.56	.441	
39. สร้างเรื่องเล่าที่น่าสนใจและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึกประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่าเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พักโฮมสเตย์	3 (33.33)	0	0	1 (11.11)	5 (55.56)	75.56	.667	

### I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

#### 11. ด้านการบริหารจัดการ.

40. มีส่วนร่วมในโครงสร้างการบริหารจัดการที่พักโฮมสเตย์	1 (11.11)	0	0	3 (33.33)	5 (55.56)	84.44	.667
41. จัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ จัดทำทำเนียบแหล่งทรัพยากรและปราชญ์		0	0	2 (22.22)	5 (55.56)	80.00	.707
42. สร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้งคณะทำงานประเมินผลการให้บริการโฮมสเตย์ในแต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม	2 (22.22)	0	1 (11.11)	2 (22.22)	4 (44.44)	71.11	1.225
43. มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดมความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์	0	0	0	2 (22.22)	7 (77.78)	84.44	.441
44. สร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม-	4 (44.44)	0	0	1 (11.11)	4 (44.44)	73.33	.707

#### 12. ด้านการบริการ

45. มีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยว ในการลงทะเบียนระบบการจองที่พักโฮมสเตย์ จัดให้มีศูนย์	3 (33.33)	0	0	2 (22.22)	4 (44.44)	77.78	.782
---	--------------	---	---	--------------	--------------	-------	------

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ						$\bar{X}$	(S.D)
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปานกลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อยที่สุด 1 (ร้อยละ)			
ประสานงานและการต้อนรับ								
46. สร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งบริการสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยว	4 (44.44)	0	0	1 (11.11)	4 (44.44)	73.33	.707	
47. จัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการให้บริการที่พักรีสเตย์	1 (11.11)	0	0	3 (33.33)	5 (55.56)	84.44	.667	
48. จัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่พักรีสเตย์ เช่น ผัก ผลไม้พื้นบ้าน	1 (11.11)	0	0	4 (44.44)	4 (44.44)	86.67	.707	
49. ติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร	5 (55.56)	2 (22.22)	0	1 (11.11)	1 (11.11)	62.22	.928	
50. จัดทำระบบขายตรง	2 (22.22)	0	0	1 (11.11)	6 (66.7)	77.78	.601	
51. จัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์	6 (66.7)	0	0	1 (11.11)	2 (22.22)	68.89	.726	
52. จัดทำระบบการขายทางทัวร์	0	2 (22.22)	7 (77.78)	0	0	24.44	.441	
53. มีการออกบูธ	1 (11.11)	5 (55.56)	3 (33.33)	0	0	35.56	.667	
<b>J. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์</b>								
54. มีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่พักรีสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย-	4 (44.44)	0	0	3 (33.33)	2 (22.22)	77.78	.928	
55. ออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของที่พักรีสเตย์-	5 (55.56)	0	0	3 (33.33)	1 (11.11)	75.56	.972	
56. สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ให้บริการในชุมชน	1 (11.11)	0	0	2 (22.22)	6 (66.7)	82.22	.601	
57. สร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1 (11.11)	2 (22.22)	0	2 (22.22)	4 (44.44)	73.33	1.118	

ข้อความ	ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการ					
	มากที่สุด 5 (ร้อยละ)	มาก 4 (ร้อยละ)	ปานกลาง 3 (ร้อยละ)	น้อย 2 (ร้อยละ)	น้อยที่สุด 1 (ร้อยละ)	$\bar{X}$ (S.D)
58. สร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่นจังหวัด ในการสร้างความร่วมมือเพื่อประชาสัมพันธ์ที่พักโฮมสเตย์-	2 (22.22)	1 (11.11)	0	2 (22.22)	4 (44.44)	73.33 .972

จากตารางที่ 4.15 พบว่า

“การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน” ของผู้สนับสนุน เป็นราย  
ด้านดังนี้

#### A กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์

##### A1. ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์

1. บ้านที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .972
2. การสำรวจความพร้อมของบ้าน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 71.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.014
3. การสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์มีค่าเฉลี่ยคะแนน 86.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .782
4. การมีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งวัฒนธรรมให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707
5. การมีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยว และป้ายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 51.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .928

##### A2 ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์

6. การมีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะอาด และของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วนของที่พัก ได้แก่ ห้องพัก ห้องนอน ห้องส้วม ที่พักผ่อน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707
7. การสร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณีการดำรงชีพของชุมชนมาตกแต่งบ้านพักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .782
8. การสร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม สถานที่พักผ่อน ลานหรือซุ้มกิจกรรมของที่พักโฮมสเตย์ และชุมชนให้ร่มรื่น สวยงาม น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .667

## B กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร

### B1 ความสำเร็จของการให้บริการด้านอาหารและมีคุณภาพ

9. การมีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .601
10. การคัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ที่มาจากผลผลิตของโฮมสเตย์ หรือผลผลิตของเกษตรกรในชุมชนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .333
11. การจัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ ประกอบอาหารให้พร้อมใช้ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .500
12. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมีความสามารถในการสนทนาเล่าความเป็นมาของอาหารพื้นถิ่น มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .500
13. การจัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 91.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .726

### C กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย

14. การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัยพร้อมทั้งชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707
15. การจัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะไว้บริการยามฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .667

### D กลยุทธ์การให้บริการด้านอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

#### D1 ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอัธยาศัยไมตรีในการให้บริการ

16. การฝึกทักษะการสนทนาการต้อนรับ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707
17. การฝึกการแสดงภาษากายที่เป็ใจด้วยการยิ้ม สบสายตา มีความสนใจ มีอารมณ์ขันเพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .667
18. การจัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจกสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยวและสังเกตความเป็นไปรอบๆ ตัว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .601

#### D2 ด้านการสนทนาอย่างมีอัธยาศัย และความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วม กิจกรรมของโฮมสเตย์

19. การเสริมสร้างทักษะการสนทนาสิ่งดีงามเรื่องใกล้ตัวหรือเรื่องเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .500



20. การเสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุดน่าสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมในเวลาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .601

21. การสร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือ ถ้ามถึงคนรอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .833

22. ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .601

23. การฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิตสังคม วัฒนธรรมและเป็นผู้นำกิจกรรม ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .601

#### **E กลยุทธ์ด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว**

24. การมีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบและแผนที่การเดินทางไปยังแหล่งนำเที่ยวมีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.685

25. การสร้างมัลติมีเดียท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคมของท้องถิ่น และมีการพัฒนาผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวให้มีความรอบรู้ในแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.684

26. การส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานหัตถการพื้นบ้าน วิถีชีวิตประเพณีท้องถิ่น และการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การทำขนม ไทยทอดผ้า มีค่าเฉลี่ยคะแนน 71.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.051

27. การมีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .833

28. การมีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่และภูมิประเทศ เช่น ตกปลา ชีจรรย์าน โรงเรือน เพาะเห็ด มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .601

#### **F กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม**

29. การมีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่า มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .782

30. การสร้างกิจนิสัยเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษา สิ่งแวดล้อมให้กับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .782

31. การสร้างความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการจัดการขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาล และมีระบบการคัดแยกขยะให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .441

#### **G กลยุทธ์การให้บริการ ด้านวัฒนธรรม**

32. การมีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรมท้องถิ่น และรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .333

33. การรักษาวินัยชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบท และมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000

34. การสร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น แล หากการเล่นพื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดศิลปะและวัฒนธรรมไว้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .441

#### H กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์

35. การปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และสื่อถึงเอกลักษณ์ของโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .333

36. การสร้างบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่คุ้มค่ามากกว่าเงินที่นักท่องเที่ยวจ่าย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .441

37. การมีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิด ความภูมิใจ และเก็บภาพกิจกรรมเหล่านั้นไปชื่นชม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .500

38. การสร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ “ทำในสิ่งที่มีความรักในสิ่งที่ทำ” มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .441

39. การสร้างเรื่องเล่าให้น่าสนใจและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึกประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่าเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .667

#### I กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่ม โฮมสเตย์

##### I1 ด้านการบริหารจัดการ

40. การมีส่วนร่วมในการสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .667

41. การจัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ จัดทำทำเนียบแหล่งทรัพยากร และปราชญ์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707

42. การสร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้งคณะทำงานประเมินผลการให้บริการโฮมสเตย์ในแต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 71.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.225

43. การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .441

44. การสร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ยคะแนน 73.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707

## 12 ด้านการบริการ

45. การมีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยวในการลงทะเบียนระบบการจองที่พักโฮมสเตย์ จัดให้มีศูนย์ประสานงาน และการต้อนรับมีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .782

46. การสร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่ง บริการสินค้า และสถานที่ท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยคะแนน 73.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707

47. การจัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .667

48. การจัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ เช่น ผัก ผลไม้พื้นบ้าน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 86.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .707

49. การติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยคะแนน 62.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .928

50. การจัดทำระบบขายตรง มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .601

51. การจัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 68.89 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .726

52. การจัดทำระบบการขายทางโดยทางทัวร์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 24,44 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .441

53. การออกบูธ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 35.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .667

## J กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์

54. การมีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .928

55. การออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของที่พักรโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.56 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .972

56. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ให้บริการในชุมชน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .601

57. การสร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยคะแนน 73.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.118

58. การสร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่น จังหวัด ในการสร้างความร่วมมือเพื่อประชาสัมพันธ์ที่ฟักโฮมสเตย์ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 73.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน



4.1.3 ผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนน “กลยุทธ์การให้บริการที่ฟักโฮมสเตย์” ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด ที่ฟักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และที่ฟักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

4.1.3.1 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนน “กลยุทธ์การให้บริการที่ฟักโฮมสเตย์” ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับ “กลยุทธ์การให้บริการที่ฟักโฮมสเตย์” ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด

n=41

ข้อความ	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน		กลยุทธ์การให้บริการ
	$\bar{X}$	(S.D)	$\bar{X}$	(S.D)	
A. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่ฟักโฮมสเตย์					
A1.ความสำเร็จด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านฟักโฮมสเตย์	89.184	0.1792	71.428	1.4318	81.00 มากที่สุด
A2.ด้านการดูแลที่ฟักโฮมสเตย์	100.00	.000	65.71	1.647	47.81 ปานกลาง
B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร	92.146	.1152	67.712	1.6496	63.91 มาก
C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย	90.74	.1335	60.00	1.4745	48.76 ปานกลาง
D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอัยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ					
D1. ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอัยาศัยไมตรีในการให้บริการ	100.00	.000	80.95	1.2723	93.75 มากที่สุด
D2. ด้านการสนทนาอย่างมีอัยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์	96.442	.1108	75.714	1.298	72.62 มาก
E. กลยุทธ์การให้บริการด้านรายการนำเที่ยว	92.148	.1708	63.714	1.4974	55.37 ปานกลาง
F. กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	93.58	.153	69.05	1.186	64.47 มาก
G. กลยุทธ์การให้บริการด้านวัฒนธรรม	93.83	.089	82.38	1.0533	86.10 มากที่สุด
H. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์	99.704	.0768	77.996	1.531	72.16 มาก
I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์					
I1. ด้านการบริหารจัดการ	95.704	.0768	68.082	1.471	59.42 ปานกลาง

ข้อความ	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน		กลยุทธ์การให้บริการ
	$\bar{X}$	(S.D)	$\bar{X}$	(S.D)	
I2. ด้านการบริการ	90.21	.2136	54.29	1.557	33.83 น้อย
J. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์	84.888	.9024	62.00	1.6054	63.08 มาก

#### จากตารางที่ 4.16 พบว่า

ผลของค่าเฉลี่ยคะแนน “กลยุทธ์การให้บริการที่פקโฮมสเตย์” ที่פקโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด เป็นรายด้านดังนี้

##### A. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่פקโฮมสเตย์

##### A1. ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 89.184 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.1792  
ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 71.428 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 71.428  
อยู่ในระดับมากที่สุด

##### A2. ด้านการดูแลที่פקโฮมสเตย์

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000  
ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 65.71 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.647  
อยู่ในระดับปานกลาง

##### B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 92.146 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .1152  
ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 67.712 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.6496  
อยู่ในระดับมาก

##### C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 90.74 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .1335  
ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 60.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.4745  
อยู่ในระดับปานกลาง

##### D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอัยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ

##### D1. ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอัยาศัยไมตรีในการให้บริการ

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 100.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .000  
ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.95 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.2723  
อยู่ในระดับมากที่สุด

##### D2. ด้านการสนทนาอย่างมีอัยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วม

กิจกรรมโฮมสเตย์

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 96.442 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .1108  
ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 75.714 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.298

อยู่ในระดับมาก

E. กลยุทธ์การให้บริการรายการนำเที่ยว

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 92.148 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .1708

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 63.714 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.4974

อยู่ในระดับปานกลาง

F. กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 93.58 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .153

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 69.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.186

อยู่ในระดับมาก

G. กลยุทธ์การให้บริการด้านวัฒนธรรม

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 93.83 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .089

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.0533

อยู่ในระดับมากที่สุด

H. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 99.704 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .0768

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.996 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.531

อยู่ในระดับมาก

I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

11.ด้านการบริหารจัดการ

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 95.704 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .0768

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 68.082 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.471

อยู่ในระดับปานกลาง

12.ด้านการบริการ

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 90.21 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .2136

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 54.29 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.557

อยู่ในระดับน้อย

J. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 84.888 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน .9024

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 62.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.6054

อยู่ในระดับมาก

4.1.3.2 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนน “กลยุทธ์การให้บริการที่פקโฮมสเตย์” บ้านนาขุนแสน  
ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนน “กลยุทธ์การให้บริการที่פקโฮมสเตย์” บ้านนาขุนแสน  
ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด

n=14

ข้อความ	ผู้ให้บริการ		ผู้สนับสนุน		กลยุทธ์การ ให้บริการ
	$\bar{X}$	(S.D)	$\bar{X}$	(S.D)	
A.กลยุทธ์การให้บริการด้านที่פקโฮมสเตย์					
A1.ด้านทำเลที่ตั้งและความ พร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์	42.4	0.598	76.40	0.8806	20.00 น้อยที่สุด
A2.ด้านการดูแลที่פקโฮมสเตย์	92.00	0.3317	77.80	0.7187	85.00 มากที่สุด
B.กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร	87.20	0.731	83.00	0.524	95.00 มากที่สุด
C.กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย	76.00	0.844	77.80	0.687	98.00 มากที่สุด
D.กลยุทธ์การให้บริการด้านอัยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ					
D1.ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอัยาศัยไมตรีใน การให้บริการ	53.33	0.6883	82.20	0.6583	46.00 ปานกลาง
D2.ด้านการสนทนาอย่างมีอัยาศัยและความ พร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมส เตย์	68.00	0.7078	78.60	0.6272	85.00 มากที่สุด
E.กลยุทธ์การให้บริการด้านรายการนำเที่ยว	71.20	0.5366	78.20	0.7212	91.00 มากที่สุด
F.กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม	82.67	0.6683	80.00	0.6683	97.00 มากที่สุด
G.กลยุทธ์การให้บริการด้านวัฒนธรรม	74.67	1.1973	82.20	0.258	90.00 มากที่สุด
H.กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและ มูลค่าผลิตภัณฑ์	76.80	0.199	79.40	0.4764	97.00 มากที่สุด
I.กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์					
I1.ด้านการบริหารจัดการ	57.60	1.8662	79.00	0.7494	63.00 มาก
I2.ด้านการบริการ	49.34	0.2981	76.80	0.6949	44.00 ปานกลาง
J.กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์	36.00	0.3502	71.80	0.8763	10.00 น้อยที่สุด



#### จากตารางที่ 4.17 พบว่า

“กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน” ของผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด เป็นรายด้าน  
ดังนี้

##### A. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์

###### A1. ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 42.4 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.598

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 76.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.8806

อยู่ในระดับน้อยที่สุด

###### A2. ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 92.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3317

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7187

อยู่ในระดับมากที่สุด

##### B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 87.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.731

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 83.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.524 อยู่ในระดับมากที่สุด

##### C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 76.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.844

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 77.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.687

อยู่ในระดับมากที่สุด

##### D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอภัยภัยไมตรีของผู้ให้บริการ

###### D1. ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอภัยภัยไมตรีในการให้บริการ

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 53.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6883

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6583

อยู่ในระดับปานกลาง

###### D2. ด้านการสนทนาอย่างมีอภัยภัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วม

กิจกรรมโฮมสเตย์

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 68.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7078

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 78.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6272

อยู่ในระดับมากที่สุด

##### E. กลยุทธ์การให้บริการรายการนำเที่ยว

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 71.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.5366

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 78.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7212

อยู่ในระดับมากที่สุด

##### F. กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6683

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6683  
อยู่ในระดับมากที่สุด

G. กลยุทธ์การให้บริการด้านวัฒนธรรม

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 74.67 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.1973

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 82.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.258  
อยู่ในระดับมากที่สุด

H. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 76.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.199

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 79.40 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.4764  
อยู่ในระดับมากที่สุด

I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

I1.ด้านการบริหารจัดการ

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 57.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.8662

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 79.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.7494  
อยู่ในระดับมาก

I2.ด้านการบริการ

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 49.34 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.2981

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 76.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.6949  
อยู่ในระดับปานกลาง

J. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์

ผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยคะแนน 36.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.3502

ผู้สนับสนุน มีค่าเฉลี่ยคะแนน 71.80 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.8763  
อยู่ในระดับน้อยที่สุด

#### 4.1.4 เปรียบเทียบผลการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พัก

โฮมสเตย์”ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน และโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” จำแนกตามผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

ข้อความ	ระดับ“กลยุทธ์การให้บริการฯ”	
	ที่พักโฮมสเตย์ ที่ได้มาตรฐาน	ที่พักโฮมสเตย์ บ้านนาขุนแสน
A.กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์		
A1.ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์	80.10	20.00
A2.ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์	65.00	85.00
B.กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร	74.00	96.00
C.กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย	67.00	98.00
D.กลยุทธ์การให้บริการด้านอ้อยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ		
D1.ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอ้อยาศัยไมตรีในการให้บริการ	81.00	46.00
D2.ด้านการสนทนาอย่างมีอ้อยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์	79.00	85.00
E.กลยุทธ์การให้บริการด้านรายการนำเที่ยว	70.00	91.00
F.กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	74.00	97.00
G.กลยุทธ์การให้บริการด้านวัฒนธรรม	88.00	90.00
H.กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์	79.00	97.00
I.กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์		
I1.ด้านการบริหารจัดการ	72.00	63.00
I2.ด้านการบริการ	61.00	44.00
J.กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์	74.00	10.00

จากตารางที่ 4.18 พบว่า

ค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” จำแนกตามผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน มีดังนี้

- B. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์
- A1. ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์
- ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 80.10 อยู่ระดับเหมาะสม  
ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 20.00 อยู่ระดับวิกฤต
- A2. ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์
- ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 65.00 อยู่ระดับต้องปรับปรุง  
ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 85.00 อยู่ระดับเหมาะสม
- B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร
- ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 74.00 อยู่ระดับเหมาะสม  
ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 96.00 อยู่ระดับเหมาะสม
- C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย
- ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 67.00 อยู่ระดับต้องปรับปรุง  
ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 98.00 อยู่ระดับเหมาะสม
- D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอรรถาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ
- D1. ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอรรถาศัยไมตรีในการให้บริการ
- ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 81.00 อยู่ระดับเหมาะสม  
ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 46.00 อยู่ระดับต้องปรับปรุง
- D2. ด้านการสนทนาอย่างมีอรรถาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์
- ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 79.00 อยู่ระดับเหมาะสม  
ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 85.00 อยู่ระดับเหมาะสม
- E. กลยุทธ์การให้บริการรายการนำเที่ยว
- ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 70.00 อยู่ระดับเหมาะสม  
ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 91.00 อยู่ระดับเหมาะสม
- F. กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 74.00 อยู่ระดับเหมาะสม  
ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 97.00 อยู่ระดับเหมาะสม
- G. กลยุทธ์การให้บริการด้านวัฒนธรรม
- ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 88.00 อยู่ระดับเหมาะสม  
ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 90.00 อยู่ระดับเหมาะสม
- H. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์
- ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 79.00 อยู่ระดับเหมาะสม

ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 97.00 อยู่ระดับเหมาะสม

I. กลุ่มการให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

11. ด้านการบริหารจัดการ

ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 72.00 อยู่ระดับเหมาะสม

ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 63.00 อยู่ระดับต้องปรับปรุง

12. ด้านการบริการ

ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 61.00 อยู่ระดับต้องปรับปรุง

ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 44.00 อยู่ระดับวิกฤต

J. กลุ่มการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์

ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีค่าเฉลี่ยคะแนน 74.00 อยู่ระดับเหมาะสม

ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมีค่าเฉลี่ยคะแนน 10.00 อยู่ระดับวิกฤต

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่ม (Focus group interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ด้วยการจำแนกและจัดหมวดหมู่ตามประเด็นของบทสัมภาษณ์ แล้วจัดลำดับเนื้อหาโดยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก สรุปได้ว่า

1. ลักษณะที่พักแบบสัมผัสธรรมชาติ หรือโฮมสเตย์จะมีเอกลักษณ์หรือให้ผลลัพธ์หรือความรู้สึกแก่ผู้มาพัก ลักษณะบรรยากาศแบบ บ้านสวน ร้อยละ 89.00 ลักษณะบรรยากาศแบบรูปแบบอื่นๆ ร้อยละ 11.00

2. แรงบันดาลใจในการทำธุรกิจโฮมสเตย์ พบว่า เหตุผลหรือแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม หรือธุรกิจให้บริการโฮมสเตย์ของผู้ให้บริการ ร้อยละ 90.00 ต้องการมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชน ร้อยละ 5.00 ต้องการหารายได้และประสบการณ์ อีกร้อยละ 5.00 ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์เป็นเสริมสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน ต้องการสร้างรายได้ให้กับตนเอง ครอบครัวมีเงิน อยู่ตัวคนเดียว ประกอบกับลักษณะบ้านพักที่มีอยู่แล้วหลังใหญ่ อยู่ติดริมน้ำ แวดล้อมด้วยสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ บางบ้านอยู่ติดแหล่งโบราณคดี นักท่องเที่ยวให้ความสนใจจึงเข้ามาใช้บริการจำนวนมาก โดยเฉพาะบางเจ้าของกิจการโฮมสเตย์เริ่มมีความชอบ อยากทำ จึงชวนเพื่อน ๆ ในชุมชน ประชุมปรึกษาหารือ ศึกษาหาความรู้การทำธุรกิจการให้บริการโฮมสเตย์ด้วยหลักการพึ่งพาตนเองตามแนวพระราชดำริและหลักพุทธศาสนา จนเกิดความรักบ้านเกิด ทำการชักชวนเพื่อนบ้านให้เข้ามามีส่วนร่วมกันสร้างชุมชน หมู่บ้าน ชุมชนให้เจริญขึ้น ประชาสัมพันธ์ชักชวนบุคคลภายนอกให้รู้จักชุมชน ร่วมกันพัฒนาหมู่บ้าน เป็นการหารายได้เสริมให้กับท้องถิ่นและชาวบ้าน การเริ่มกิจการโฮมสเตย์เริ่มจากบ้านตัวเองและพี่ๆ น้อง ๆ เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาพักก็จะได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินรายได้ในครัวเรือน ชาวบ้านที่เข้าร่วมทำธุรกิจให้บริการโฮมสเตย์ จึงทำให้จัดบ้านกันสะอาดเรียบร้อยทุกหลังเพื่อรองรับให้บริการนักท่องเที่ยว เกิดความช่วยเหลือเผื่อแผ่ซึ่งกัน

และกันในกลุ่มชุมชนจนเป็นที่รู้จักของชาวชุมชน การปรับสภาพชีวิตให้อยู่กับธรรมชาติ การรวมลักษณะของกลุ่มออมทรัพย์ ปรับปรุงพัฒนาสภาพแวดล้อมชุมชนให้สามารถพร้อมรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และผู้นำชุมชนเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงพัฒนาจนได้รับรางวัลผู้นำหมู่บ้านดีเด่น แหวนทองคำจากทางราชการ กิจการโฮมสเตย์จัดทำในลักษณะไม่ได้หวังผลกำไรมากนัก ทำให้ธุรกิจมีการพัฒนาอยู่ได้จนทุกวันนี้

### 3. การพัฒนาปรับปรุง เรียนรู้การบริการที่พักโฮมสเตย์

พบว่า การให้บริการโฮมสเตย์ ผู้ให้บริการต้องหมั่นศึกษา/ทำความเข้าใจและเรียนรู้เรื่องราวรอบๆ โฮมสเตย์ทุกเรื่องด้วยตัวเอง ต้องปรับตัวให้ทันความเปลี่ยนแปลงภายใน ภายนอก และบริเวณใกล้เคียงชุมชน ตื่นตัวกระตือรือร้นเตรียมความพร้อมและปรับปรุงทุกอย่างให้พร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีทุกสภาพฤดูกาล ดังนี้คือ

3.1 ที่พักโฮมสเตย์ปลอดภัย สะอาด สะดวกสบาย น่าอยู่น่ามอง อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม น่าสนใจ เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพัก

3.2 ป้ายในชุมชน

3.3 ปรับปรุงฐานข้อมูลผ่านสื่อ IT อย่างสม่ำเสมอ

3.4 พัฒนาด้านภาษาและการศึกษาดูงานแก่บุคลากรของโฮมสเตย์

3.5 อบรมการเขียนโครงการขอทุน

3.6 ข้อปฏิบัติการให้บริการโฮมสเตย์ในชุมชน ให้ยึดถือและปฏิบัติไปในทางเดียวกันโดยเคร่งครัด

### 4. การสนับสนุน การมีส่วนร่วมของชุมชน องค์กรของรัฐ

ความเห็นโดยรวม ร้อยละ 95.00 ต้องการให้หน่วยงานของรัฐ ปรับปรุงทัศนียภาพทั่วทั้งพื้นที่ของชุมชนปรับปรุงถนน เส้นทางคมนาคม ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ตัดแต่งกิ่งต้นไม้ให้ดูสวยงาม มีถังใส่และที่เก็บขยะที่เหมาะสมพอเพียง มีป้ายบอกเส้นทาง/ระยะทาง และแผนที่สังเขปบริเวณที่ตั้งโฮมสเตย์/สถานที่ใกล้เคียง ที่ชัดเจน ร้อยละ 5.00 เห็นว่าผู้ประกอบการโฮมสเตย์ยังคงต้องพึ่งพาตนเองทุกเรื่อง โดยที่องค์กรรัฐและชุมชนไม่ให้ความสำคัญหรือเห็นประโยชน์จากธุรกิจโฮมสเตย์และมองว่าเป็นการหารายได้ให้กับส่วนตัวมากกว่าการหารายได้เข้ามาสู่ชุมชน พอจะสรุปจากการสัมภาษณ์ได้ว่า

4.1 ธนาคารเกษตรและสหกรณ์ ควรส่งเสริมกิจการธุรกิจโฮมสเตย์ด้วยการพิจารณาแหล่งเงินทุนตามสมควร

4.2 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสนับสนุนคั้นกันน้ำ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์สนับสนุนพันธุ์ไม้

4.3 องค์กรของรัฐ ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรเข้ามาช่วยเหลือด้านสื่อโฆษณา สิ่งอำนวยความสะดวกด้านกายภาพ เช่น ป้าย ถนนหนทาง และโปรโมทเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือนำเป็นยุทธศาสตร์จังหวัด

4.4 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ควรให้ความสำคัญและสนับสนุนธุรกิจโฮมสเตย์ให้มากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

4.5 องค์กรของรัฐเข้ามาสนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรม

4.6 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ต้องส่งเสริมให้การสนับสนุนธุรกิจโฮมสเตย์ให้เป็นที่ยอมรับและได้มาตรฐานโฮมสเตย์

4.7 ภาครัฐเข้ามาส่งเสริมอาชีพ สร้างผลิตภัณฑ์ให้เป็นธุรกิจคู่ขนานไปกับการทำธุรกิจโฮมสเตย์

5. ผลกระทบจากกลุ่มบุคคล เพื่อนบ้าน ชุมชน เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ และวิธีลดผลกระทบ พบว่า

ผลกระทบเชิงบวก

5.1 ชาวชุมชนให้ความร่วมมือ เป็นอาชีพเสริมที่สมาชิกและคนในชุมชนชอบ

5.2 ชาวบ้านมีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์มาขายในตลาดหรือโฮมสเตย์มากขึ้น

5.3 มีฐานการเรียนรู้ จนธนาคารเกษตรและสหกรณ์นำไปเป็นต้นแบบในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชน

5.4 ชุมชนทำโฮมสเตย์ทุกบ้าน ซึ่งแต่ละบ้านต้องดูแลความสะอาดบ้านเพื่อรองรับลูกค้าได้ตลอดเวลา

5.5 มีการประชุมประสานงานกันในกลุ่มโฮมสเตย์ ทุกคนได้รับประโยชน์ร่วมกัน มีรายได้จากการมีส่วนร่วมการประกอบกิจการ จนสามารถนำรายได้เข้าสู่ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม

ผลกระทบเชิงลบ

5.6 ค่าสับประมาทที่พูดกัน เช่น “ใครเขาจะมาพัก?” สามารถลบค่าสับประมาทนี้ได้ ปัจจุบันเปลี่ยนคำชม ยังมีหน่วยงาน อบต. เกษตร พัฒนาชุมชน การท่องเที่ยวจังหวัดเข้ามาขอข้อมูลในการที่จะให้ความช่วยเหลือในระยะยาว

6. การลงทุนและความคุ้มค่าการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์

ร้อยละ 96.00 เห็นว่า ไม่ต้องลงทุนอะไร เนื่องจากสภาพบ้านที่ประกอบธุรกิจโฮมสเตย์ส่วนมากจะหลังใหญ่ กว้างขวางและสถานที่บริเวณรอบๆ ตัวบ้านยังว่าง สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ ร้อยละ 4.00 เห็นว่า ต้องลงทุนปรับปรุงตัวบ้าน สถานที่รอบบ้านและปรับภูมิทัศน์ให้เหมาะสมสวยงามกับการให้บริการนักท่องเที่ยว ผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีความเห็นว่า

6.1 การทำโฮมสเตย์แบบเศรษฐกิจพอเพียง ไม่มีต้นทุน ใช้บ้านที่มีอยู่แล้ว ทำบ้านให้สะอาด ลงทุนเงินปรับปรุงไม่มากนักก็สามารถเปิดให้บริการได้

6.2 ลงทุนด้านความคิด แรงกาย และการมีส่วนร่วม รวมถึงถ่ายทอดกิจกรรมให้กับลูกที่มลูกสาวและคนในครอบครัว

6.3 ลงทุนที่นอน จัดบ้าน ห้องน้ำ ให้เป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด ลงทุนเรือท่องเที่ยวในการบริการพานักท่องเที่ยวเที่ยวทางน้ำ

7. ความยั่งยืนในการทำธุรกิจให้บริการที่พักโฮมสเตย์

ร้อยละ 97.00 เห็นว่า ธุรกิจนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และสามารถทำรายได้ดี มั่นคง เพราะสภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศ ลักษณะอากาศของ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี มีความเหมาะสม น่าสนใจและเป็นพื้นที่ชายแดนติดสหภาพเมียนมาร์ จึงเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่ตลอดทั้งปี เป็นการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ได้มีงานทำ เป็นการสร้าง/นำรายได้จากการท่องเที่ยวมาสู่ชุมชน นอกจากนี้ยังเห็นว่า ธุรกิจนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และสามารถทำรายได้ดี มั่นคง เพราะสภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศ ลักษณะอากาศของ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

มีความเหมาะสมน่าสนใจเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่ตลอดทั้งปี นำรายได้จากการท่องเที่ยวมาสู่ชุมชนเป็นอย่างดี เกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม สรุปได้ว่า

7.1 มีแนวโน้มดีขึ้น เพราะการทำโฮมสเตย์เป็นอาชีพเสริม ไม่มีแขกก็ไม่เดือดร้อน

7.2 เน้นเรื่องการบริหารจัดการ เฉพาะคนที่ชอบ ปลูกฝังค่านิยมที่ดี ทำงานด้วยความสุข สร้างรายได้เสริมที่ยั่งยืน

7.3 ผู้นำต้องเป็นผู้ให้ และสามารถปรับสภาพการบริหารจัดการได้สมบูรณ์ตามยุคสมัย

7.4 ชุมชนยังมี เขา ป่า นา ทะเล ธรรมชาติและระบบนิเวศน์ที่อุดมสมบูรณ์ เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการอยู่เสมอ ๆ

7.5 ประเทศไทยมีการส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์เป็นที่สนใจของผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ทำให้ธุรกิจโฮมสเตย์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

7.6 ธุรกิจโฮมสเตย์มีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนขึ้นทุกระดับทั้งไทยและต่างชาติ

7.7 จำนวนหลังคาเรือนที่เข้าร่วมกลุ่มโฮมสเตย์อาจจะลดลง เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ ควรต้องสนับสนุนคนรุ่นใหม่เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาปรับปรุง และได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน

8. ปัจจัยที่ทำให้การบริการโฮมสเตย์ประสบผลสำเร็จ ร้อยละ 98.00 มีความคิดเห็นว่าจะต้องเกิดขึ้นจากความร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจ ของคนที่มาร่วมกันทำธุรกิจแบบโฮมสเตย์ (ผู้เกี่ยวข้อง/คนในองค์กร) อีกร้อยละ 2.00 ว่าต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกคนโดยเฉพาะคนในชุมชน

9. ปัญหาอุปสรรคและการแก้ปัญหา

พบว่า

9.1 ระยะเริ่มต้นร้อยละ 98.0 ไม่มีความยากลำบากหรือพบปัญหาอุปสรรคในการดำเนินกิจการบริการโฮมสเตย์ ร้อยละ 2.00 พบปัญหาอุปสรรคเล็กๆ น้อยๆ อยู่บ้าง สามารถแก้ไขปัญหาให้ผ่านพ้นไปได้ด้วยดี โดยเข้าไปเรียนรู้จาก Website ของ Google แรกเริ่มคนในชุมชนไม่เห็นด้วยและไม่เข้าใจจึงไม่ให้ความร่วมมือ แก้ปัญหาโดยการรวมกลุ่มเล็ก ๆ 6-7 หลัง พูดคุยกับสมาชิกจนสมาชิกและคนในชุมชนเข้าใจและให้ความร่วมมือ สภาพการณ์ปัจจุบันกิจการบริการโฮมสเตย์ ดำเนินไปด้วยดีร้อยละ 99.00 และ ร้อยละ 1.00 ประสบปัญหาอยู่บ้างแต่สามารถแก้ไขปัญหาต่างๆ ลุล่วงสำเร็จไปได้ ด้วยดี กิจการราบรื่น ได้กำไร สามารถนำรายได้เข้ามาสู่ชุมชนอีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นรูปธรรมและได้ผลเป็นอย่างดี

9.2 ปัญหาเรื่องครอบครัวมีรายได้น้อย ไม่มีเงินทุนและขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จึงชวนผู้ที่สนใจ ที่มีใจรักมาร่วมกันทำโฮมสเตย์และขยายเป็นชุมชนโฮมสเตย์ทั้งเกาะพิทักษ์สามารถรวมกลุ่มได้และประกอบกิจการถึงปัจจุบัน

9.3 สมาชิกไม่เข้าใจเรื่องงบประมาณจากภายนอกที่เข้ามาสนับสนุนกิจการและไม่มีการทำบัญชี แก้ปัญหาโดยการพูดคุยประชุมปรึกษาหารือเรื่องการใช้เงิน ทำการชี้แจงจนสมาชิกภายในกลุ่มเข้าใจและเริ่มจัดทำระบบบัญชี

9.4 ปัญหาเรื่องความกลัวนักท่องเที่ยวที่เป็นมิชชันนารี กลัวอันตราย แก้ปัญหาไม่รับนักท่องเที่ยวที่ walk in ต้องติดต่อมาก่อนล่วงหน้าโดยการขอหลักฐานบัตรประชาชนไว้



9.5 ปัญหานักท่องเที่ยวดื่มสุรา แก้ไขปัญหาโดยการแจ้งนักท่องเที่ยวทราบว่าที่นี่เป็นหมู่บ้านศีลห้า

9.6 ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างชาติ เช่น เมื่อชาวต่างชาติเข้าพักจะสื่อสารพูดคุยกันไม่เข้าใจ แก้ไขปัญหาโดยพยายามพัฒนาความรู้ภาษาอังกฤษให้กับสมาชิกภายในกลุ่มให้สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้

9.7 ปัญหาการบริการไม่ดี ไม่มีความรู้ในการทำโฮมสเตย์ แก้ไขปัญหาโดยการเรียนรู้ทางอินเทอร์เน็ต เข้ารับการฝึกอบรม ไปศึกษาดูงานตามโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานไทยแล้ว เริ่มต้นยังสับสนไม่รู้จะเริ่มจากตรงไหนจึงไปศึกษาเรียนรู้จากโฮมสเตย์หลายแห่งและนำมาปรับกับโฮมสเตย์ตนเอง ปัจจุบันได้พัฒนาสร้างฐานเรียนรู้ภูมิปัญญาให้มีคุณภาพ ใช้โฮมสเตย์ในการพัฒนาคน เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาพัก เจ้าของบ้านก็จะพัฒนาตนเองไปด้วย การบริการแก่นักท่องเที่ยวจึงออกมาดี

9.8 ปัญหา 1 ปี ไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก แก้ไขปัญหาทำโบรชัวร์ เข้าถึง call center 1672 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการที่พักโฮมสเตย์เพิ่มขึ้น ทำให้โฮมสเตย์ได้พัฒนาคน เพราะว่าเมื่อมีนักท่องเที่ยวมาพักเจ้าของบ้านจะได้พัฒนาตัวเองไปด้วย

#### 4.3 กลยุทธ์เพิ่มเติมผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการสรุปข้อมูลเชิงคุณภาพของการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน ผู้วิจัยพบว่าการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานมีกลยุทธ์เพิ่มเติม ดังนี้

1. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์ ประกอบด้วย 2 ด้าน
  - 1.1 ด้านความสำเร็จด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์
  - 1.2 ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์
2. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร ประกอบด้วย 1 ด้าน
  - 2.1 ด้านการให้บริการอาหาร
3. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย ประกอบด้วย 1 ด้าน
  - 3.1 ด้านความปลอดภัย
4. กลยุทธ์การให้บริการด้านอรรถประโยชน์ของผู้ให้บริการ ประกอบด้วย 2 ด้าน
  - 4.1 ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอรรถประโยชน์ในการให้บริการ
  - 4.2 ด้านการสนทนาอย่างมีอรรถประโยชน์และความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์
5. กลยุทธ์การให้บริการรายการนำเที่ยว ประกอบด้วย 1 ด้าน
  - 5.1 ด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว
6. กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 1 ด้าน
  - 6.1 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
7. กลยุทธ์การให้บริการด้านวัฒนธรรม ประกอบด้วย 1 ด้าน
  - 7.1 ด้านวัฒนธรรม
8. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1 ด้าน
  - 8.1 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์
9. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วย 2 ด้าน

9.1 ด้านการบริหารจัดการ

9.2 ด้านการบริการ

10. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 1 ด้าน

10.1 ด้านประชาสัมพันธ์

11. กลยุทธ์การให้บริการด้านการชูเอกลักษณ์ การใช้เอกลักษณ์ในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ ใช้เอกลักษณ์ของชุมชนมาเป็นสิ่งจูงใจในการให้บริการ

11.1 ด้านการชูเอกลักษณ์ การใช้เอกลักษณ์ในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ ใช้เอกลักษณ์ของชุมชนมาเป็นสิ่งจูงใจในการให้บริการ

12. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างแรงบันดาลใจในการรักษาการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน

12.1 ด้านการสร้างแรงบันดาลใจในการรักษาการให้บริการที่พักโฮมสเตย์อยู่ยั่งยืน

#### 4.4 แนวทางการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติของการให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนเพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

การนำกลยุทธ์ที่ได้จากการประเมินข้อมูลเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติการให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนเพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามขั้นตอน ดังนี้

4.4.1 การนำข้อมูลที่ได้จากการประเมินสภาพการณ์ปัจจุบันของโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนมาวิเคราะห์แล้วแปลผลและตีค่าระดับการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ ซึ่งได้แก่ กรณีที่การให้บริการที่พักโฮมสเตย์พบว่าการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ อยู่ระดับเหมาะสม หมายถึง การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ได้มีการบริหารจัดการดีอยู่แล้ว แต่ผู้ประกอบการต้องมีการ “บำรุงรักษา” สิ่งที่มีอยู่และดำเนินการเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง หากพบการบริหารที่พักโฮมสเตย์ อยู่ระดับที่ต้องปรับปรุง หมายถึง การให้บริการที่พักโฮมสเตย์มีการดำเนินการบริหารจัดการอยู่บ้างแต่ยังไม่ชัดเจนหรือไม่ต่อเนื่องหรือไม่เพียงพอ จะต้องมีการ “พัฒนาหรือปรับปรุงให้ดีขึ้นด้วยการพัฒนาหรือคิดหากิจกรรม” และหากอยู่ระดับวิกฤต หมายถึงการให้บริการที่พักโฮมสเตย์น้อยมากหรือไม่มีเลย จึงมีความจำเป็นต้องมีการ “ขจัดวิกฤต” ด้วยการริเริ่มกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้แก่โฮมสเตย์ของตน หลังจากนั้นนำผลการตีค่าระดับการให้บริการที่พักโฮมสเตย์มาสังเคราะห์และประมวลเป็นแนวทางสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ใช้การมีส่วนร่วมของชุมชน หรือผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ด้วยกันแล้วสร้างเป็นกิจกรรมหรือภารกิจในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์

4.4.2 ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ต้องมีการประเมินสภาพการณ์ปัจจุบันในการใช้กลยุทธ์โดยใช้ตัวชี้วัดที่สร้างขึ้นให้เกิดความพร้อมใน 10 องค์ประกอบ 13 กลยุทธ์ 58 ตัวชี้วัด

4.4.3 ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์จะต้องนำผลวิเคราะห์ที่ได้จากค่าตัวชี้วัดกลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์มาเพื่อใช้ชี้แนะต่อการเพิ่มศักยภาพของการดำเนินกิจการ วางแผนกิจกรรมโดยใช้การมีส่วนร่วมของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์

4.4.4 สร้างกิจกรรมเพิ่มเติม 10 ด้าน ประกอบด้วย 13 กลยุทธ์ 58 ตัวชี้วัด มาสร้างเป็นกิจกรรม หรือภารกิจในแต่ละกลยุทธ์ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน

4.4.5 ในขั้นตอนการประเมินผลภาพรวมของกิจกรรมหรือภารกิจบริการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ได้จัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับกลยุทธ์ตามข้อ 4.4.3 เพื่อประเมินคุณค่า ความคุ้มค่า และประสิทธิผลของกิจกรรมที่ส่งผลต่อการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ในการเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

4.4.6 ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์จะต้องนำผลที่ได้จากการประเมินในข้อ 4.4.4 มาปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการที่พักโฮมสเตย์เพื่อส่งผลต่อการเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4.1 รูปแบบการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนเพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี

คณะผู้วิจัยได้จัดทำแผนการจนบรรลุผลที่ตอบสนองวัตถุประสงค์ ซึ่งมีผลสรุปการวิเคราะห์ในชั้นรายละเอียดในบทที่ 4 โดยสรุปผลการวิจัย ดังนี้

5.1 สรุปผลของผลการประมวล “สภาพการณ์ปัจจุบัน” ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของที่พักที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

5.2 สรุปผลลำดับความสำคัญของ "การใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์" และ "ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์" ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยและผู้สนับสนุน และ ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนและผู้สนับสนุน

5.3 สรุปผลเปรียบเทียบการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนนและระดับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนเพื่อเข้าสู่เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

เพื่อให้ผลที่ได้รับสามารถสื่อความหมายและความเข้าใจได้ชัดเจน ผู้วิจัยจึงสรุปผลโดยจำแนกได้ดังนี้

5.1 สรุปผลของผลการประมวล “สภาพการณ์ปัจจุบัน” ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 5.1.1 ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

##### 1) ผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

เป็นเพศชาย ร้อยละ 37.0 และเพศหญิง ร้อยละ 63.0 และมีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 14.8 อายุ 51-60 ร้อยละ 37.0 และอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 48.1 ผู้สนับสนุน เป็นเพศชาย ร้อยละ 42.9 และเพศหญิง ร้อยละ 57.1 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 7.1 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 28.6 อายุ 51-60 ปี ร้อยละ 42.9 และอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 21.4

##### 2) ผลข้อมูลระดับการศึกษา

มีการศึกษาระดับประถม ถึง มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 29.6 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 3.7 อนุปริญญา/ปวส. ร้อยละ 7.4ปริญญาตรี ร้อยละ 48.1 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 11.1 ผู้สนับสนุน การศึกษาระดับประถม-มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 7.1 มัธยมศึกษาตอนปลาย .ปวช/

อนุปริญญาสูงกว่าปริญญาตรี .ปวส/ ร้อยละ 14.3 ปริญญาตรี ร้อยละ 50.0 และสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 14.3

3) ผลข้อมูลสถานะภาพในโฮมสเตย์

เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 96.3 และเป็นพนักงาน ผู้จัดการ ร้อยละ/3.7 ผู้สนับสนุน เป็นผู้ให้การสนับสนุน ร้อยละ 14.3 เป็นองค์การบริหารส่วนตำบล ร้อยละ 14.3 ตำแหน่งอื่นๆ ร้อยละ 71.4

4) ผลข้อมูลประสบการณ์การทำงานด้านโฮมสเตย์

ทำงานน้อยกว่า 3 ปี ร้อยละ 92.6 3-5 ปี ร้อยละ 7.4 ผู้สนับสนุน ทำงานน้อยกว่า 3 ปี ร้อยละ 57.1 3-5 ปี ร้อยละ 14.3 และมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 28.6

5) ผลข้อมูลลักษณะเฉพาะของโฮมสเตย์

เป็นทะเล ร้อยละ 3.7 ภูเขาถ้ำ/ ร้อยละ 11.1 น้ำตก/ลำธาร ร้อยละ 11.1 โบราณสถาน ร้อยละ 3.7 แม่น้ำ/ลำคลอง ร้อยละ 40.7 บ้านสวนทุ่งนา/ ร้อยละ 29.6 ผู้สนับสนุน เป็นแม่น้ำ/ลำคลอง ร้อยละ 28.6 บ้านสวนทุ่งนา/ ร้อยละ 64.3 และอื่น ๆ ร้อยละ 7.1

6) ผลข้อมูลจำนวนปีที่เปิดให้บริการ

ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย น้อยกว่า 6 เดือน ร้อยละ 77.8 1 ปี – 3 ปี ร้อยละ 22.2 ผู้สนับสนุน น้อยกว่า 6 เดือน ร้อยละ 14.3 1 ปี– 3 ปี ร้อยละ 64.3 มากกว่า 3 ปี ร้อยละ 21.4

### 5.1.2 ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

1) ผลข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

เป็นเพศชาย ร้อยละ 20.0 และ เป็นเพศหญิง ร้อยละ 80.0 มีอายุ 51-60 ปี ร้อยละ 60.0 อายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 40.0 ผู้สนับสนุน เป็นเพศชาย ร้อยละ 44.44 และเพศหญิง ร้อยละ 55.56 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 11.11 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 33.33 อายุอยู่ 51-60 ปี ร้อยละ 44.44 และอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 11.11

2) ผลข้อมูลระดับการศึกษา

มีการศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 20.0 ปริญญาตรี ร้อยละ 60.0 ผู้สนับสนุน ระดับประถม-มัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 33.33 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ร้อยละ 33.33 ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 22.22 และอื่น ๆ ร้อยละ 11.11

3) ผลข้อมูลสถานะภาพในโฮมสเตย์  
เป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 100 ผู้สนับสนุน เคยพานักท่องเที่ยวไปพัก ร้อยละ 22.22  
ประชุมสัมมนา ร้อยละ 66.67 เคยสนับสนุนงบประมาณ ร้อยละ 11.11

4) ผลข้อมูลลักษณะเฉพาะของโฮมสเตย์  
เป็นบ้านสวน/ทุ่งนาร้อยละ 100 ผู้สนับสนุน เป็นบ้านสวน/ทุ่งนาร้อยละ 100

5) ผลข้อมูลจำนวนปีที่เปิดให้บริการ  
น้อยกว่า 6 เดือน ร้อยละ 77.8 1 ปี – 3 ปี ร้อยละ 22.2 ผู้สนับสนุน น้อยกว่า 6 เดือน  
ร้อยละ 14.3 1 ปี– 3 ปี ร้อยละ 64.3 มากกว่า 3 ปี ร้อยละ 21.4

5.2 สรุปผล “ลำดับความสำคัญของการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” และ “ความต้องการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยและผู้สนับสนุน และ ผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนและผู้สนับสนุน

ลำดับความสำคัญของการใช้กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ ประกอบด้วยกลยุทธ์ 10 ด้านจากการศึกษาวิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

**5.2.1 ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย มี “ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์”** “ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอัธยาศัยไมตรีในการให้บริการ” “ด้านวัฒนธรรม” **อยู่ในระดับมากที่สุด** “ด้านอาหาร” “ด้านการสนทนาอย่างมีอัธยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์” “ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม” “ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์” **อยู่ในระดับมาก** “ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์” “ด้านความปลอดภัย” “ด้านรายการนำเที่ยว” “ด้านการบริหารจัดการ” **อยู่ในระดับปานกลาง** และ “ด้านการบริการ” **อยู่ในระดับน้อย**

**5.2.2 ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน มี “ด้านการบริการ” “ด้านอาหาร” “ด้านความปลอดภัย”** “ด้านการสนทนาอย่างมีอัธยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์” “ด้านรายการนำเที่ยว” “ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม” “ด้านวัฒนธรรม” “ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์” **อยู่ในระดับมากที่สุด** “ด้านการบริหารจัดการ” **อยู่ในระดับมาก** และ “ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์” “ด้านประชาสัมพันธ์” **อยู่ในระดับน้อยที่สุด**

5.3 สรุปผลผลเปรียบเทียบการประมวลค่าเฉลี่ยคะแนน และระดับ “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์” ของที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสนเพื่อเข้าสู่เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

### 5.3.1 ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

- 1) “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์อยู่ระดับเหมาะสม” พบว่ามี 10 กลยุทธ์ ได้แก่
  - A. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์ ประกอบด้วย
    - A1 ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์
  - B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร
  - D. กลยุทธ์ด้านอัยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ มีกลยุทธ์ 2 ด้าน ประกอบด้วย
    - D1 ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอัยาศัยไมตรีในการให้บริการ
    - D2 ด้านการสนทนาอย่างมีอัยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์
  - E. กลยุทธ์การให้บริการด้านรายการนำเที่ยว
  - F. กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
  - G. กลยุทธ์การให้บริการด้านวัฒนธรรม
  - H. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์
  - I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วย
    - I1 ด้านการบริหารจัดการ
    - J. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์
- 2) “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์อยู่ระดับต้องปรับปรุง” พบว่า มี 3 กลยุทธ์ ได้แก่
  - A. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์ ประกอบด้วย
    - A2 ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์
  - C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย
  - I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วย
    - I2 ด้านการบริการ

### 5.3.2 ที่พักโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน

- 1) “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์อยู่ระดับเหมาะสม” พบว่ามี 8 กลยุทธ์ ได้แก่
  - A. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์ ประกอบด้วย
    - A2 ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์
  - B. กลยุทธ์การให้บริการด้านอาหาร
  - C. กลยุทธ์การให้บริการด้านความปลอดภัย
  - D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอัยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ
    - D2 ด้านการสนทนาอย่างมีอัยาศัยและความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์
  - E. กลยุทธ์การให้บริการด้านรายการนำเที่ยว

- F. กลยุทธ์การให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
  - G. กลยุทธ์การให้บริการด้านวัฒนธรรม
  - H. กลยุทธ์การให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์
- 2) “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์อยู่ระดับต้องปรับปรุง” พบว่า มี 3 กลยุทธ์ ได้แก่
- D. กลยุทธ์การให้บริการด้านอัยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ ประกอบด้วย
    - D1 ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอัยาศัยไมตรีในการให้บริการ
  - I. กลยุทธ์การให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ ประกอบด้วย
    - I1 ด้านการบริหารจัดการ
    - I2 ด้านการบริการ
- 3) “กลยุทธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์อยู่ระดับวิกฤต” พบว่ามี 2 กลยุทธ์ ได้แก่
- A. กลยุทธ์การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์ ประกอบด้วย
    - A1 ด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์
  - J. กลยุทธ์การให้บริการด้านประชาสัมพันธ์

#### 5.4 ข้อเสนอแนะ

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์การบริหารที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย : กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี หากโฮมสเตย์หรือผู้วิจัยต้องการนำไปใช้ให้เกิดผล อาจจะต้องประเมินสภาพปัจจุบันของโฮมสเตย์สักระยะหนึ่ง แล้วทำการ Longitudinal Comparative Study ซึ่งอาจสามารถขยายผลและต่อยอดการนำไปใช้ประโยชน์กับโฮมสเตย์อื่น ๆ ที่ต้องการเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ไทยได้



## บรรณานุกรม

กมล รัตน์วิกุล. (2551). “การศึกษาปัจจัยการจัดการท่องเที่ยวแบบพอเพียงที่ประสบความสำเร็จ,” การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา . (ออนไลน์) . ได้จาก :

[https://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=414&filename=index](https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=414&filename=index)

เข้าถึงเมื่อ 9 กรกฎาคม 2561

กรมการท่องเที่ยว. 2555. สถิตินักท่องเที่ยว (ออนไลน์). ได้จาก :

<http://www.tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php>

เข้าถึงเมื่อ 4 กรกฎาคม 2561

กรมการท่องเที่ยว. สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทย (รายจังหวัด). (ระบบออนไลน์)

<http://marketingdatabase.tat.or.th>

เข้าถึงเมื่อ 14 มิถุนายน 2561

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2533. ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2543. เอกสารประกอบการสอนความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. หน่วยที่ 1-7 (หน้า 49 – 114). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ปิยวรรณ คงประเสริฐ. 2551. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพังงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

รัฐจวน ทองธณ. (2548). การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 11. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. 2542. คุณภาพในงานบริการ. (พิมพ์ครั้งที่2) กรุงเทพฯ: ประชาชน จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ, ลัทธிகาล ศรีวะระมย์, จิรศักดิ์ จิยะจันทร์ และชวลิต ประภวนนท์.  
(2539). **การบริหารเชิงกลยุทธ์ ฉบับมาตรฐาน**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์วิสิทธิ์พัฒนา.

สุรเชษฐ์ บุญพงษ์มณี. 2549. **การจัดการที่อยู่อาศัยโฮมสเตย์ ณ บ้านท่าคา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. กรุงเทพฯ: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ. (2550). **แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ.

Anek Hirunraks, Ph.D. and Tiradate Pimhomngam. 2560. **Convention Development Change Index : A practical synthetic approach for Organizational Development**. NIDA Journal.

Collier and Harraway. 1997. **Principles of Tourism**. Auckland: Longman Paul Ltd.

Emma P. Y. Wong, Thomas G. Bauer, Kevin K. F. Wong. 2007. **A critical comparison of tourism policies of Hong Kong and Singapore an avenue to mutual learning**. School of Hotel and Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong SAR, China.

Gee, C, Makens, J & Choy, D. 1984. **The Travel Industry**. New York: Van Nostrand Reinhold.

Weber, K. 1994. **Tourism marketing information system**. Annals of Tourism Research, 21, 94.

ภาคผนวก



### แบบสอบถาม A ผู้ให้บริการ

**คำชี้แจง :** จงพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้ แล้วกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านที่สุด

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 30 ปี  2. 31 - 40 ปี  
 3. 41 - 50 ปี  4. 51- 60 ปี  
 5. 61 ปีขึ้นไป

3. สถานะภาพในโฮมสเตย์

1. เจ้าของกิจการ  2. พนักงาน/ผู้จัดการ

4. ระดับการศึกษา

1. ประถม – มัธยมศึกษาตอนต้น  2. มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.  
 3. อนุปริญญา/ ปวส.  4. ปริญญาตรี  
 5. สูงกว่าปริญญาตรี

5. ประสบการณ์การทำงานด้านโฮมสเตย์

1. น้อยกว่า 3 ปี  2. 3 ปีขึ้นไป – 5 ปี  
 3. 5 ปีขึ้นไป - 10 ปี  4. มากกว่า 10 ปี

### ส่วนที่ 2 ลักษณะเฉพาะของโฮมสเตย์

1. ลักษณะที่พักโฮมสเตย์

1. ทะเล  2. ภูเขา/ถ้ำ  
 3. น้ำตก/ลำธาร  4. โบราณสถาน  
 5. แม่น้ำ/ลำคลอง  6. บ้านสวน/ทุ่งนา  
 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. จำนวนปีที่เปิดให้บริการ

1. น้อยกว่า 1 ปี  2. 1 ปีขึ้นไป - 3 ปี  
 3. มากกว่า 3 ปี

### ส่วนที่ 3 : ดัชนีชี้วัดความสำเร็จการให้บริการที่พักโฮมสเตย์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น ในแต่ละข้อความ

ที่	ข้อความ	มี	ไม่มี	รายละเอียด
<b>A ความสำเร็จของการให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์</b>				
A1 ความสำเร็จด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์				
1	มีส่วนร่วมในการจัดทำผังที่ตั้งบ้านให้บริการที่พักโฮมสเตย์			
2	สำรวจความพร้อมของบ้าน			
3	สำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์			
4	มีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งวัฒนธรรมให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน			
5	มีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยว และป้ายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่พักโฮมสเตย์			
A2 ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์				
6	มีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะอาดและของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วนของที่พัก ได้แก่ ห้องพัก ห้องนอน ห้องส้วม ที่พักผ่อน			
7	สร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากร วัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีพของชุมชนมาตกแต่งบ้านพักโฮมสเตย์			
8	สร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม สถานที่พักผ่อน ลานหรือซุ้มกิจกรรมของที่พักโฮมสเตย์และชุมชนให้ร่มรื่น สวยงาม น่าสนใจ			
<b>B ความสำเร็จของการให้บริการด้านอาหาร</b>				
B1 ด้านความปลอดภัยของอาหาร รสชาติอร่อย และมีคุณภาพ				
9	มีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน			

ที่	ข้อความ	มี	ไม่มี	รายละเอียด
10	คัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ที่มาจากผลผลิตของโฮมสเตย์ หรือผลผลิตของเกษตรกร ในชุมชน			
11	จัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบ อาหารให้พร้อมใช้			
12	มีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมี ความสามารถในการสนทนาเล่าความเป็นมาของอาหาร พื้นถิ่น			
13	จัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารพื้นบ้าน หรืออาหาร สุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ			
<b>C ความสำเร็จของการให้บริการด้านความปลอดภัย</b>				
14	มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัย พร้อมทั้งชี้แจง ให้นักท่องเที่ยวทราบ			
15	จัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะไว้ บริการยามฉุกเฉิน			
<b>D ความสำเร็จของการให้บริการด้านอัธยาศัยไมตรีของผู้ให้บริการ</b>				
<b>D1 ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอัธยาศัยไมตรีในการให้บริการ</b>				
16	ฝึกทักษะการสนทนาการต้อนรับ และมีการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ			
17	ฝึกการแสดงภาษากายที่เปิดใจ ด้วยการยิ้ม สบสายตา มีความ สนใจ มีอารมณ์ขัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย			
18	จัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับและ สื่อสารกับนักท่องเที่ยว และสังเกตความเป็นไปรอบๆ ตัว			
<b>D2 ด้านการสนทนาอย่างมีอัธยาศัย และความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมของโฮมสเตย์</b>				
19	เสริมสร้างทักษะการสนทนาสิ่งดีงามเรื่องใกล้ตัวหรือเรื่อง เชี่ยวชาญ			
20	เสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุดน่าสนใจของ นักท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมในเวลาที่เหมาะสม			
21	สร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือถามถึงคน รอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว			
22	ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ให้บริการกับ นักท่องเที่ยว			

ที่	ข้อความ	มี	ไม่มี	รายละเอียด
23	ฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรม และเป็นผู้นำกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและ ภูมิปัญญาท้องถิ่น			
<b>E ความสำเร็จด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว</b>				
24	มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบ และแผนที่การเดินทาง ไปยังแหล่งนำเที่ยว			
25	สร้างมัลติมีเดียท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจในสภาพภูมิสังคมของท้องถิ่น และมีการ พัฒนาผู้ทำหน้าที่นำเที่ยวให้มีความรอบรู้ใน แหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ			
26	ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการ บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ งานหัตถการพื้นบ้าน วิถีชีวิต ประเพณีท้องถิ่นและการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การทำขนมไทย ทอผ้า			
27	มีส่วนร่วมในการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว			
28	มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่และภูมิประเทศ เช่น ตกปลา ชี่จักรยาน โรงเรือนเพาะเห็ด			
<b>F ความสำเร็จของการให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</b>				
29	มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่า			
30	สร้างกิจนีสัยเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษาสิ่งแวดล้อม ให้กับนักท่องเที่ยว			
31	สร้างความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการ จัดการขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาลและมีระบบการคัดแยก ขยะให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม			
<b>G ความสำเร็จของการให้บริการด้านวัฒนธรรม</b>				
32	มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรมท้องถิ่น และ รวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม			
33	รักษาวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบท และมีเอกลักษณ์ของ วัฒนธรรมท้องถิ่น			

ที่	ข้อความ	มี	ไม่มี	รายละเอียด
34	สร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น และหา การเล่นพื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดศิลปะและวัฒนธรรมไว้ บริการนักท่องเที่ยว			
<b>H ความสำเร็จของการให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์</b>				
35	ปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และสื่อถึง เอกลักษณ์ของโฮมสเตย์			
36	สร้างบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่คุ้มค่า มากกว่าเงินที่นักท่องเที่ยวจ่าย			
37	มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิด ความภูมิใจ และเก็บภาพกิจกรรมเหล่านั้นไปชื่นชม			
38	สร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนมา สร้างเป็นผลิตภัณฑ์ “ทำในสิ่งที่มีและรักในสิ่งที่ทำ”			
39	สร้างเรื่องเล่าให้น่าสนุกและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึก ประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่าเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พัก โฮมสเตย์			
<b>I ความสำเร็จของการให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์</b>				
<b>I1 ด้านการบริหารจัดการ</b>				
40	มีส่วนร่วมในการสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่พัก โฮมสเตย์			
41	จัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ จัดทำ ทำเนียบแหล่งทรัพยากรและประชาชน			
42	สร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้งคณะทำงาน ประเมินผลการให้บริการ โฮมสเตย์ในแต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม			
43	มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้ ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์			
44	สร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็น ธรรม			
<b>I2 ด้านการบริการ</b>				



ที่	ข้อความ	มี	ไม่มี	รายละเอียด
45	มีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยวในการลงทะเบียน ระบบการจองที่พักโฮมสเตย์ จัดให้มีศูนย์ประสานงาน และการต้อนรับ			
46	สร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งบริการสินค้า และสถานที่ท่องเที่ยว			
47	จัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์			
48	จัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ เช่น ผักผลไม้พื้นบ้าน			
49	ติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร			
50	จัดทำระบบขายตรง			
51	จัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์			
52	จัดทำระบบการขายทางโดยทางทัวร์			
53	มีการออกบูธ			
<b>J ความสำเร็จของการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์</b>				
54	มีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่พักโฮมสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย			
55	ออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของที่พักโฮมสเตย์			
56	สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ให้บริการในชุมชน			
57	สร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย			
58	สร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่น จังหวัด ในการสร้างความร่วมมือเพื่อประชาสัมพันธ์ที่พักโฮมสเตย์			

ส่วนที่ 4 จงตอบคำถามตามหัวข้อต่อไปนี้

1. โฮมสเตย์แห่งนี้มีเอกลักษณ์ หรือให้ผลลัพธ์ หรือความรู้สึกแก่ผู้มาพักอย่างไร?

.....

2. เหตุผลหรือแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจให้บริการโฮมสเตย์

.....

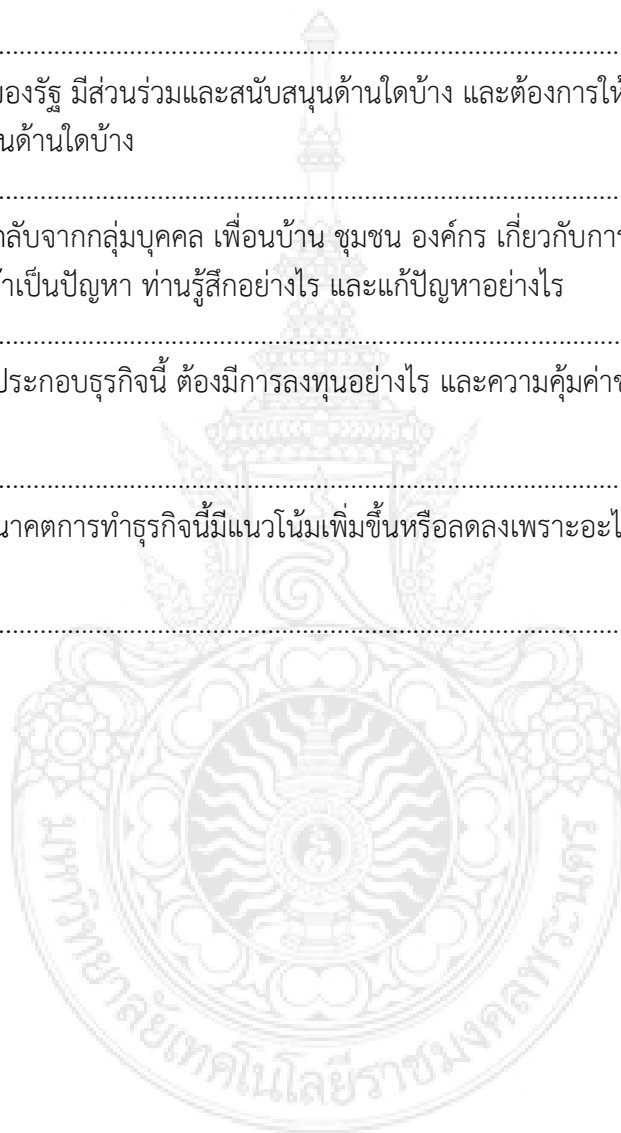
3. ในการให้บริการโฮมสเตย์มีความยากลำบากอะไรบ้าง เมื่อมีปัญหาอุปสรรคท่านมีแนวทางในการแก้ปัญหาอย่างไร

3.1 ระยะเวลาเริ่มต้น

.....

### 3.2 สภาพการณ์ปัจจุบัน

- .....
4. เหตุผล/ปัจจัยอะไรที่ทำให้การบริการโฮมสเตย์นี้ประสบความสำเร็จ
- .....
5. ท่านคิดว่าการให้บริการโฮมสเตย์ ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีการพัฒนาปรับปรุง เรียนรู้ในเรื่องใดบ้างตามลำดับ
- .....
6. ชุมชน องค์กรของรัฐ มีส่วนร่วมและสนับสนุนด้านใดบ้าง และต้องการให้องค์กรเหล่านี้เข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนด้านใดบ้าง
- .....
7. . เสี่ยงสะท้อนกลับจากกลุ่มบุคคล เพื่อนบ้าน ชุมชน องค์กร เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจโฮมสเตย์เป็นอย่างไรบ้าง ถ้าเป็นปัญหา ท่านรู้สึกอย่างไร และแก้ปัญหอย่างไร
- .....
8. ท่านคิดว่าการประกอบธุรกิจนี้ ต้องมีการลงทุนอย่างไร และความคุ้มค่าของการลงทุนนั้นได้มาอย่างไร
- .....
9. ท่านคิดว่าในอนาคตการทำธุรกิจนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือลดลงเพราะอะไร อย่างไร และมีความยั่งยืนหรือไม่
- .....



## แบบสอบถาม B ผู้ให้บริการและผู้สนับสนุน

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง : จงพิจารณาข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้ แล้วกาเครื่องหมาย  ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านที่สุด

#### 1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

#### 2. อายุ

1. ต่ำกว่า 30 ปี  2. 31 - 40 ปี  
 3. 41 - 50 ปี  4. 51- 60 ปี  
 5. 61 ปีขึ้นไป

#### 3. ตำแหน่งที่เกี่ยวข้องในโฮมสเตย์

1. ผู้ให้การสนับสนุน  2. องค์กรบริหารส่วนตำบล  
 3. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

#### 4. ระดับการศึกษา

1. ประถม – มัธยมศึกษาตอนต้น  2. มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.  
 3. อนุปริญญา/ ปวส.  4. ปริญญาตรี  
 5. สูงกว่าปริญญาตรี  6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

#### 5. เคยเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์

1. พานักท่องเที่ยวไปพัก  2. ประชุมสัมมนา  
 3. สนับสนุนงบประมาณ  4. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

### ส่วนที่ 2 ลักษณะเฉพาะของโฮมสเตย์

#### 1. ลักษณะที่พิกโฮมสเตย์

1. ทะเล  2. ภูเขา/ถ้ำ  
 3. น้ำตก/ลำธาร  4. โบราณสถาน  
 5. แม่น้ำ/ลำคลอง  6. บ้านสวน/ทุ่งนา  
 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

#### 2. ท่านสนใจเรื่องโฮมสเตย์มากน้อยแค่ไหน

1. มากที่สุด  2. มาก  
 3. ปานกลาง  4. น้อย  
 5. น้อยที่สุด

#### 3.โฮมสเตย์แห่งนี้มีเอกลักษณ์หรือให้ผลลัพธ์หรือให้ความรู้สึกแก่ผู้มาพักอย่างไร

.....

### ส่วนที่ 3 : ดัชนีชี้วัดความสำเร็จการให้บริการที่พักโฮมสเตย์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับระดับความรู้ ความเข้าใจ ความคิดเห็น ในแต่ละข้อความ

ข้อ	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
<b>A ความสำเร็จของการให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์</b>						
<b>A1 ความสำเร็จด้านทำเลที่ตั้งและความพร้อมของบ้านพักโฮมสเตย์</b>						
1	มีส่วนร่วมในการจัดทำผังที่ตั้งบ้านให้บริการที่พักโฮมสเตย์					
2	สำรวจความพร้อมของบ้าน					
3	สำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและบริเวณใกล้เคียงในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์					
4	มีส่วนร่วมในการปรับปรุงสภาพแวดล้อม บำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งวัฒนธรรม ให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน					
5	มีส่วนร่วมในการดูแลบำรุงรักษาเส้นทางสัญจรแหล่งท่องเที่ยวและป้ายที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่พักโฮมสเตย์					
<b>A2 ด้านการดูแลที่พักโฮมสเตย์</b>						
6	มีส่วนร่วมในการจัดทำข้อปฏิบัติในการทำความสะอาด และของใช้ที่จำเป็นในแต่ละส่วนของที่พัก ได้แก่ ห้องพัก ห้องนอน ห้องส้วมที่พักผ่อน					
7	สร้างความประทับใจด้วยการนำลักษณะเด่นของทรัพยากรวัฒนธรรม ประเพณี การดำรงชีพของชุมชนมาตกแต่งบ้านพักโฮมสเตย์					
8	สร้างสิ่งดึงดูดใจด้วยการดูแลรักษาสภาพแวดล้อม สถานที่พักผ่อน ลานหรือซุ้มกิจกรรมของที่พักโฮมสเตย์และชุมชนให้ร่มรื่น สวยงาม น่าสนใจ					
<b>B ความสำเร็จของการให้บริการด้านอาหาร</b>						
<b>B1 ด้านความปลอดภัยของอาหาร รสชาติอร่อย และมีคุณภาพ</b>						
9	มีส่วนร่วมในการจัดเตรียมโปรแกรมอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพที่สื่อถึงวัฒนธรรมชุมชน					
10	คัดเลือกและสำรวจแหล่งวัตถุดิบในการประกอบอาหารที่มาจากผลผลิตของโฮมสเตย์ หรือผลผลิตของเกษตรกรในชุมชน					
11	จัดระเบียบการเก็บภาชนะและอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบอาหารให้พร้อมใช้					

ข้อ	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
12	มีส่วนร่วมในการพัฒนาความรู้และทักษะให้ผู้บริการมีความสามารถในการสนทนาเล่าความเป็นมาของอาหารพื้นถิ่น					
13	จัดทำโปรแกรมการสาธิตอาหารพื้นบ้าน หรืออาหารสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวทดลองทำ					
<b>C ความสำเร็จของการให้บริการด้านความปลอดภัย</b>						
14	มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนความปลอดภัย พร้อมทั้งชี้แจงให้นักท่องเที่ยวทราบ					
15	จัดทำแผนความปลอดภัยด้านสุขภาพและยานพาหนะไว้บริการยามฉุกเฉิน					
<b>D ความสำเร็จของการให้บริการด้านอรรถาธิบายไมตรีของผู้ให้บริการ</b>						
<b>D1 ด้านปลูกฝังค่านิยม ความมีอรรถาธิบายไมตรีในการให้บริการ</b>						
16	ฝึกทักษะการสนทนาการต้อนรับ และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มผู้ให้บริการ					
17	ฝึกการแสดงภาษากายที่เปิดใจ ด้วยการยิ้ม สบสายตา มีความสนใจ มีอารมณ์ขัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกผ่อนคลาย					
18	จัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยจากสิ่งรบกวน ขณะต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และสังเกตความเป็นไปรอบๆ ตัว					
<b>D2 ด้านการสนทนาอย่างมีอรรถาธิบาย และความพร้อมของผู้รับบริการในการเข้าร่วมกิจกรรมของโฮมสเตย์</b>						
19	สร้างเสริมทักษะการสนทนาสิ่งที่ดีงาม เรื่องใกล้ตัวหรือเรื่องเชี่ยวชาญ					
20	เสริมสร้างวิธีการสังเกตหาจุดเด่น จุดน่าสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อชื่นชมในเวลาที่เหมาะสม					
21	สร้างวิธีการจำและเรียกชื่อนักท่องเที่ยวหรือถามถึงคนรอบข้างในเรื่องเกี่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยว					
22	ออกแบบกิจกรรมสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยว					
23	ฝึกทักษะการสนทนาในเรื่องวิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรม และเป็นผู้นำกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น					
<b>E ความสำเร็จด้านการให้บริการรายการนำเที่ยว</b>						
24	มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบ และแผนที่การเดินทางไปยังแหล่งนำเที่ยว					
25	สร้างมีคฤเทศก์ท้องถิ่นไว้บริการในชุมชน เพื่อให้ความรู้ ความ					

ข้อ	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
	เข้าใจใน สภาพภูมิสังคมของท้องถิ่น และมีการพัฒนาผู้ทำหน้าที่ นำเที่ยวให้มีความรอบรู้ในแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ					
26	ส่งเสริม สนับสนุนกิจกรรมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการ นักท่องเที่ยว ได้แก่ งานหัตถการพื้นบ้าน วิถีชีวิต					
	ประเพณีท้องถิ่นและการประกอบอาชีพของคนในชุมชน การทำ ขนมไทย ทอผ้า					
27	มีส่วนร่วมจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว					
28	มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสภาพพื้นที่และภูมิประเทศ เช่น ตก ปลา ขี่จักรยาน โรงเรือนเพาะเห็ด					
<b>F ความสำเร็จของการให้บริการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม</b>						
29	มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น ปลูกต้นไม้ ปลูกป่า					
30	สร้างกิจนิสัยเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษาสิ่งแวดล้อมให้กับ นักท่องเที่ยว					
31	สร้างความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในการจัดการ ขยะที่ถูกหลักสุขาภิบาลและมีระบบการคัดแยกขยะให้ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม					
<b>G ความสำเร็จของการให้บริการด้านวัฒนธรรม</b>						
32	มีส่วนร่วมในการจัดทำทำเนียบวัฒนธรรมท้องถิ่น และรวบรวม เรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม					
33	รักษาวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบท และมีเอกลักษณ์ของ วัฒนธรรมท้องถิ่น					
34	สร้างกิจกรรมเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น และหาการเล่น พื้นบ้านเพื่อถ่ายทอดศิลปะและวัฒนธรรมไว้บริการนักท่องเที่ยว					
<b>H ความสำเร็จของการให้บริการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์</b>						
35	ปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ที่สร้างคุณค่า และสื่อถึงเอกลักษณ์ของ โฮมสเตย์					
36	สร้างบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่คุ้มค่ามากกว่าเงินที่ นักท่องเที่ยวจ่าย					
37	มีส่วนร่วมในการสร้างกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภูมิใจ และเก็บภาพกิจกรรมเหล่านั้นไปชื่นชม					

ข้อ	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
38	สร้างผลิตภัณฑ์ด้วยความรักจากวัตถุดิบที่มีในชุมชนมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ “ทำในสิ่งที่มีและรักในสิ่งที่ทำ”					
39	สร้างเรื่องเล่าให้น่าสนุกและน่าสนใจจนเกิดความรู้สึกประทับใจไม่รู้ลืม เช่น เล่าเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ของที่พักโฮมสเตย์					
<b>I ความสำเร็จของการให้บริการด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์</b>						
<b>I1 ด้านการบริหารจัดการ</b>						
40	มีส่วนร่วมในการสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่พักโฮมสเตย์					
41	จัดทำทะเบียนกลุ่มผู้ให้บริการที่พักโฮมสเตย์ จัดทำทำเนียบแหล่งทรัพยากรและปราชญ์					
42	สร้างหลักเกณฑ์ หาผู้รับผิดชอบ และตั้งคณะทำงาน ประเมินผลการให้บริการโฮมสเตย์ในแต่ละครั้งด้วยความยุติธรรม					
43	มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนการประชุมระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ของผู้ให้บริการเพื่อปรับปรุงพัฒนาขับเคลื่อนธุรกิจโฮมสเตย์					
44	สร้างกฎเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ให้ทั่วถึงและเป็นธรรม					
<b>I2 ด้านการบริการ</b>						
45	มีส่วนร่วมในการสร้างจุดบริการนักท่องเที่ยวในการลงทะเบียนระบบการจองที่พักโฮมสเตย์ จัดให้มีศูนย์ประสานงาน และการต้อนรับ					
46	สร้างระบบการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งบริการสินค้าและสถานที่ท่องเที่ยว					
47	จัดการปริมาณน้ำให้เพียงพอในการให้บริการที่พักโฮมสเตย์					
48	จัดทำของสมนาคุณหลังการให้บริการที่พักโฮมสเตย์ เช่น ผักผลไม้พื้นบ้าน					
49	ติดตั้งอุปกรณ์สัญญาณสื่อสาร					
50	จัดทำระบบขายตรง					
51	จัดทำระบบการขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์					
52	จัดทำระบบการขายทางโดยทางทัวร์					
53	มีการออกบูธ					
<b>J ความสำเร็จของการให้บริการด้านประชาสัมพันธ์</b>						

ข้อ	ข้อความ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
		5	4	3	2	1
54	มีส่วนร่วมในการสร้างสื่ออินเทอร์เน็ตที่หลากหลายในการประชาสัมพันธ์การให้บริการที่פקโฮมสเตย์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย					
55	ออกแบบการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของที่פקโฮมสเตย์					
56	สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างผู้ให้บริการในชุมชน					
57	สร้างความร่วมมือกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย					
58	สร้างความร่วมมือกับระดับผู้นำท้องถิ่น จังหวัด ในการสร้างความร่วมมือเพื่อประชาสัมพันธ์ที่פקโฮมสเตย์					





## รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ศาสตราจารย์ ดร.เอนก หิรัญรักษ์  
ตำแหน่ง    เมธีวิจัยอาวุโส  
              สถาบันวิจัย  
              มหาวิทยาลัยรังสิต
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัชณี ผิวทอง  
ตำแหน่ง    ข้าราชการบำนาญ  
              คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
              มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



## ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ฐิตินันท์ พงษ์คะเชนทร์  
Asst. Prof. Thitinan Pongkachen
2. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์
3. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อ  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลพระนคร  
86 ถนนพิษณุโลก แขวงจิตรลดา เขตดุสิต  
กรุงเทพมหานคร 10300  
โทรศัพท์ 02-665-3555  
โทรศัพท์มือถือ 089 -768-2635  
E-mail [thitinan\\_040702@windowslive.com](mailto:thitinan_040702@windowslive.com)



4. ประวัติการศึกษา  
ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.)  
วิทยาลัยครูหมู่บ้านจอมบึง จังหวัดราชบุรี  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA.)  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
นิติศาสตร์ (น.บ.)  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
ประกาศนียบัตรกฎหมายมหาชน รุ่นที่ 22  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ  
สาขานิติศาสตร์
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย  
ความพึงพอใจของผู้รับตรวจที่มีต่อการตรวจสอบภายในของ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (2553), ผู้ร่วมวิจัย  
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดย่อมใน  
จังหวัดราชบุรี (2556), หัวหน้าโครงการ  
การจัดการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) ใน  
จังหวัดราชบุรีสู่การรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ (2557),  
หัวหน้าโครงการ  
คุณลักษณะบัณฑิตตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมงคลพระนครที่มีผลต่อการจ้างงานของสถานประกอบการ  
(2557), หัวหน้าโครงการ  
การพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าจกคูบัวสู่เชิงพาณิชย์  
(2559) , ผู้ร่วมวิจัย  
โครงการวิจัยชุมชน เรื่อง กลยุทธ์การให้บริการที่พักแบบสัมผัส  
วัฒนธรรม (Homestay) เพื่อเข้าสู่มาตรฐานโฮมสเตย์ :  
กรณีศึกษา โฮมสเตย์บ้านนาขุนแสน อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี  
(2561) , หัวหน้าโครงการ

#### 7. การเผยแพร่และนำเสนอผลงาน

ฐิตินันท์ พงษ์คะเชนทร์, รัชณี ผิวทอง, ประยุทธ์ สุวรรณศรี (2554) ปัจจัยที่  
เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรี. การ  
ประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
ภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต (2555)

Varunya Kaewchaekngang, Asst. Prof. Thitinan Pongkachen.  
Continuous Development of Local Wisdom of Pha Chok  
Fabric Product in Rathaburi for Commercial Competition.  
The Fourth Academic Research Conference on Global  
Business, Economics, Finance and Banking. Zurich,  
Switzerland. 2016.

#### 8. ประสบการณ์เกี่ยวกับงานบริการวิชาการ

โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการตลาดและอาชีพอนามัยของผู้ประกอบการ  
ธุรกิจ SME ผ้าจกในจังหวัดราชบุรี (2557)

โครงการ “หนึ่งหลักสูตร หนึ่งชุมชนกับการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น กิจกรรม  
นักศึกษา อาจารย์ กับการเรียนรู้ชุมชนแบบมีส่วนร่วม” (2558)

การจัดการโฮมสเตย์แบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนตามแนว  
ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (2558)

SMART ENGLISH เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้ประกอบการธุรกิจ  
โฮมสเตย์ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (2559)

Digital SME Online (2560)

## ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ นายประยุทธ สุวรรณศรี  
Mr.Prayuth Suwansri
2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์
3. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อ  
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
1381 ถนนพิบูลสงคราม เขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร รหัส 10800  
โทรศัพท์ 02-913-2424 ต่อ 202 โทรสาร 02-913-2424 ต่อ 202  
โทรศัพท์มือถือ 086 -770-1573  
E-mail [prayuth\\_su@hotmail.com](mailto:prayuth_su@hotmail.com) , [prayuth2501@gmail.com](mailto:prayuth2501@gmail.com)
4. ประวัติการศึกษา  
ครุศาสตรบัณฑิต (ค.บ.) สาขาวิทยาศาสตร์ทั่วไป วิทยาลัยครูธนบุรี  
การศึกษามหาบัณฑิต (กศบ.) สาขาชีววิทยา  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร  
ครุศาสตรมหาบัณฑิต (ค.ม.) สาขาจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ  
สาขาวิทยาศาสตร์กายภาพและชีวภาพ  
สาขาวิชาพฤติกรรมศาสตร์
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย  
ผลการใช้รูปแบบการสอนเน้นการคิดนอกกรอบที่มีผลต่อความคิด  
สร้างสรรค์ทางวิทยาศาสตร์ของนักศึกษาช่างอุตสาหกรรม  
ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (2540)  
ความคาดหวังของนักศึกษาต่อสภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
ราชมงคลพระนคร (2552)  
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตของธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรี  
(2554)  
พฤติกรรมการณ์ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (2555)  
การจัดการที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay)  
ในจังหวัดราชบุรีสู่การรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์  
คุณลักษณะบัณฑิตตามอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
พระนครที่มีผลต่อการจ้างงานของสถานประกอบการ