วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
ปีที่ 19 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2568

การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

A DEVELOPMENT OF CREATIVE TOURISM MANAGEMENT BASED ON CULTURAL CAPITAL TO COMMUNITY ECONOMY OF BAN THA KHAM HOMESTAY NETWORK, THA KHAM SUB-DISTRICT, KHAI BANG RACHAN DISTRICT, SINGBURI PROVINCE

พนิตสุภา ธรรมประมวล[1] และกาสัก เต๊ะขันหมาก[2]
Panitsupa Thampramuan[1] and Kasak Tekhanmag[2]

[1]หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง
[2]บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
[1]Management Sector, Lampang Inter-Tech College
[2]Graduate School, Phra Nakorn Si Ayutthaya Rajaphat University
E-mail: tkasak@hotmail.com

Received: July 9, 2023
Revised: January 26, 2024
Accepted: February 4, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม 2) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม และ 3) พัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอนต่อเนื่องกัน 1) ศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมฯ ใช้การวิจัยเชิงสำรวจภาคสนาม เก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกประกอบกับการสอบถาม การสังเกต และการประชุมกลุ่มเฉพาะ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา 2) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฯ บนฐานทุนทางวัฒนธรรมใช้การวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวที่ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ 140 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ 3) การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมฯ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่เน้นการเรียนรู้ร่วมกันและพัฒนาไปด้วยกัน จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม รวม 25 คน โดยใช้การประชุมกลุ่มเฉพาะเพื่อร่วมกันวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจ ปัจจัยภายในและภายนอก ความแข็งแกร่งและโอกาสทางธุรกิจ และนำเสนอกลยุทธ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยที่สำคัญ พบว่า 1) เครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามมีศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนในภาพรวมที่สามารถวางแผนธุรกิจที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ดีในอนาคต 2) นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรีมีวัตถุประสงค์หลักของการมาพักโฮมสเตย์เพื่อการสัมมนา/ศึกษา/ดูงาน เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และ 3) เครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามมีโอกาสและความแข็งแกร่งทางธุรกิจในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชน สามารถนำเสนอกลยุทธ์สำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม คือ (1) กลยุทธ์ SO “การพัฒนาอัตลักษณ์โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม” (2) กลยุทธ์ WO “การพัฒนาโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามให้ได้มาตรฐาน” (3) กลยุทธ์ ST “การสร้างโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามที่แตกต่าง” และ (4) กลยุทธ์ WT “การจัดการเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามแบบมีส่วนร่วม” และผลการทดลองจัดการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้น จึงควรขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชน

คำสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทุนทางวัฒนธรรม เครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม

ABSTRACT

This research aimed to 1) study potential of creative tourism management based on the cultural capital of Ban Tha Kham homestay network, 2) study the behavior and satisfaction of tourists towards creative tourism management based on the cultural capital and 3) develop creative tourism management based on the cultural capital to community economy of Ban Tha Kham homestay network, Tha Kham Sub-district, Khai Bang Rachan District, Sing Buri Province. The research was conducted in in 3 continuous steps: 1) studying potential of creative tourism management based on the cultural capital by using use field survey research, then collected data by conducting in-depth interviews combined with questioning, observation and focus group interview, after that, data were analyzed by content analysis, 2) studying the behavior and satisfaction of tourists towards the creative tourism management which used questionnaires from 140 Thai tourists who visited, selected through accidental sampling, then data were analyzed by the arithmetic mean and standard deviation, and 3) developing creative tourism management with a participatory action research focusing on learning and development. The data was from 3 groups of stakeholders with a total of 25 key informants. The data derived from the focus group discussion to co-analyze business model, internal and external factors, strength and

business opportunities, and proposing tourism management strategies. Data analyzed by content analysis.

The important findings were 1) Ban Tha Kham homestay network had the potential to manage creative tourism based on cultural capital to the overall community economy, which could create a business plan that would help to increase competitiveness in the future, 2) tourists who travelled in Sing Buri Province had the main purpose of staying in homestays for seminars, studying, visiting or traveling in groups and their overall satisfaction were at a high level, and 3) Ban Tha Kham homestay network had business opportunities and strength in tourism management based on the cultural capital to community economy and be able to purpose 4 strategies for developed creative tourism management to the community economy based on the cultural capital of Ban Tha Kham homestay network which were (1) SO strategy: “Developing the identity of the Ban Tha Kham homestay", (2) WO strategy: “Developing the Ban Tha Kham homestay to meet standards”, (3) ST strategy: “Creating a different Ban Tha Kham homestay” ,and (4) WT strategy: “Participatory management of the Ban Tha Kham homestay network”, moreover, there was a high level of overall satisfaction towards the trial arrangement of creative tourism management to the community economy based on the cultural capital of Ban Tha Kham Homestay network.

Keywords

Creative Tourism, Cultural Capital, Tha Kham Homestay Network

ความสำคัญของปัญหา

พลังทางวัฒนธรรมเป็นอาวุธสำคัญเพื่อต่อสู้กับวิกฤติเศรษฐกิจทุนนิยม (Scott, 1958) ทุนวัฒนธรรม มี 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) สิ่งที่ฝังอยู่ในตัวคนและกลุ่มคนมาอย่างยาวนาน (embodies state) เช่น ความคิด ความเชื่อ เป็นต้น 2) สิ่งที่เป็นรูปธรรม (objectified state) เช่น รูปภาพ สิ่งก่อสร้าง สถานที่ เป็นต้น 3) ความเป็นสถาบัน (institutionalization state) ซึ่งสามารถทำให้เกิดความเป็นรูปธรรม เช่น สถาบันพระมหากษัตริย์ เป็นต้น (Bourdieu, 1986) ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นต้นทุนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่แตกต่างในแต่ละท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

กระแส “รัก ท้องถิ่น” (Local love) ทำให้ผู้บริโภคที่เสาะแสวงหาสินค้าและบริการที่มีความเฉพาะถิ่น ส่งผลให้แนวโน้มของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มขึ้น ทำให้ได้รับความสนใจจากทุกภาคส่วน โดยถือเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่สนับสนุนชุมชนในการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม การดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การร่วมรับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ประกอบกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่สนับสนุนการดำรงอยู่ของความหลากหลายทางวัฒนธรรม (UNESCO, 2006) ช่วยเปิด

โอกาสให้มี การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ให้ความสำคัญกับความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของบ้าน เปิดโอกาสให้มีประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่นำไปสู่การทำความความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นเครื่องมือที่นำไปสู่ความยั่งยืนของชุมชน เริ่มจากการปลุกจิตสำนึกทางด้านวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นในชุมชน และการส่งเสริมปราชญ์ชาวบ้านและผู้ทรงภูมิปัญญาให้มีบทบาทในการถ่ายทอดความรู้และการอนุรักษ์สืบสาน ในขณะเดียวกันก็มีความพร้อมที่จะแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวผ่านการทำกิจกรรมร่วมกันในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าให้กับท้องถิ่นและเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนเกิดการผลิตสินค้าท้องถิ่นซึ่งเป็นการกระจายรายได้ให้ชุมชน

อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี เป็นที่จดจำของชาวไทยในฐานะที่ชาวบ้านบางระจันได้สร้างวีรกรรมสำคัญจารึกไว้ในประวัติศาสตร์ชาติไทยตอนปลายสมัยกรุงศรีอยุธยา ซึ่งแสดงออกถึงความสามัคคี กล้าหาญ อดทน เสียสละ และความรักชาติอันยิ่งใหญ่สมควรเป็นตัวอย่างอันดีงามแก่อนุชนไทยรุ่นหลัง ตำบลท่าข้ามมีวิถีชีวิตของชุมชนมีผูกพันกับแม่น้ำมาช้านาน การสัญจรส่วนใหญ่ใช้เรือเป็นพาหนะ มีท่าเรือข้ามฟากหลายแห่ง จึงตั้งชื่อว่า "ท่าข้าม" ชาวบ้านตั้งถิ่นฐานอยู่ริมแม่น้ำน้อย มีการเลี้ยงปลาในกระชัง มีการรวบรวมของใช้พื้นบ้านในอดีต นำมาสร้างเป็นพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน และยังมีศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านของชาวท่าข้าม

เครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม มีบ้านพักแบบโฮมสเตย์ที่เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายในชุมชนให้บริการจำนวน 10 หลัง เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบันสามารถรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่า 50 คน มีบริการท่องเที่ยวบนฐานทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดสิงห์บุรี รวมทั้งนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้จากหัตถกรรมพื้นบ้าน ล่องเรือชมทัศนียภาพและวิถีชีวิตสองฝั่งแม่น้ำ การดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องจนสามารถสร้างงานสร้างรายได้ และเคยได้รับรางวัลมาตรฐานโฮมสเตย์ ปี พ.ศ. 2558 ต่อมาเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามประสบปัญหาการบริหารจัดการ ขาดการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานของภาครัฐและท้องถิ่นทำให้ขาดความต่อเนื่องในการให้บริการ (Kongkaew & Muangsiri, 2021)

จากสภาพและปัญหาดังกล่าวจึงถือเป็นเรื่องที่ทุกฝ่ายจะต้องพิจารณาและแก้ไขให้ทุกอย่างลุล่วง รวมถึงการประสานร่วมมือพัฒนาการท่องเที่ยวระดับพื้นฐานให้ยั่งยืน ซึ่งสร้างสมดุลระหว่างการรักษาต้นทุนทางธรรมชาติและวัฒนธรรมกับการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากจะทำให้ชุมชนเกิดความรู้ เกิดเจตคติที่ดี มีทักษะสามารถอนุรักษ์และสืบทอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นฐานแล้ว ยังจะก่อให้กระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติการจริง ที่จะสามารถถ่ายโยงประสบการณ์การเรียนรู้นี้ ไปใช้ในการพัฒนาในจนสามารถสร้างชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งได้

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมและสารสนเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เรื่อง การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน ผู้วิจัยได้สังเคราะห์พัฒนาการแนวคิดของนักวิชาการและนักวิจัยเพื่อนำสู่การกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพของงานวิจัย ดังนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับ

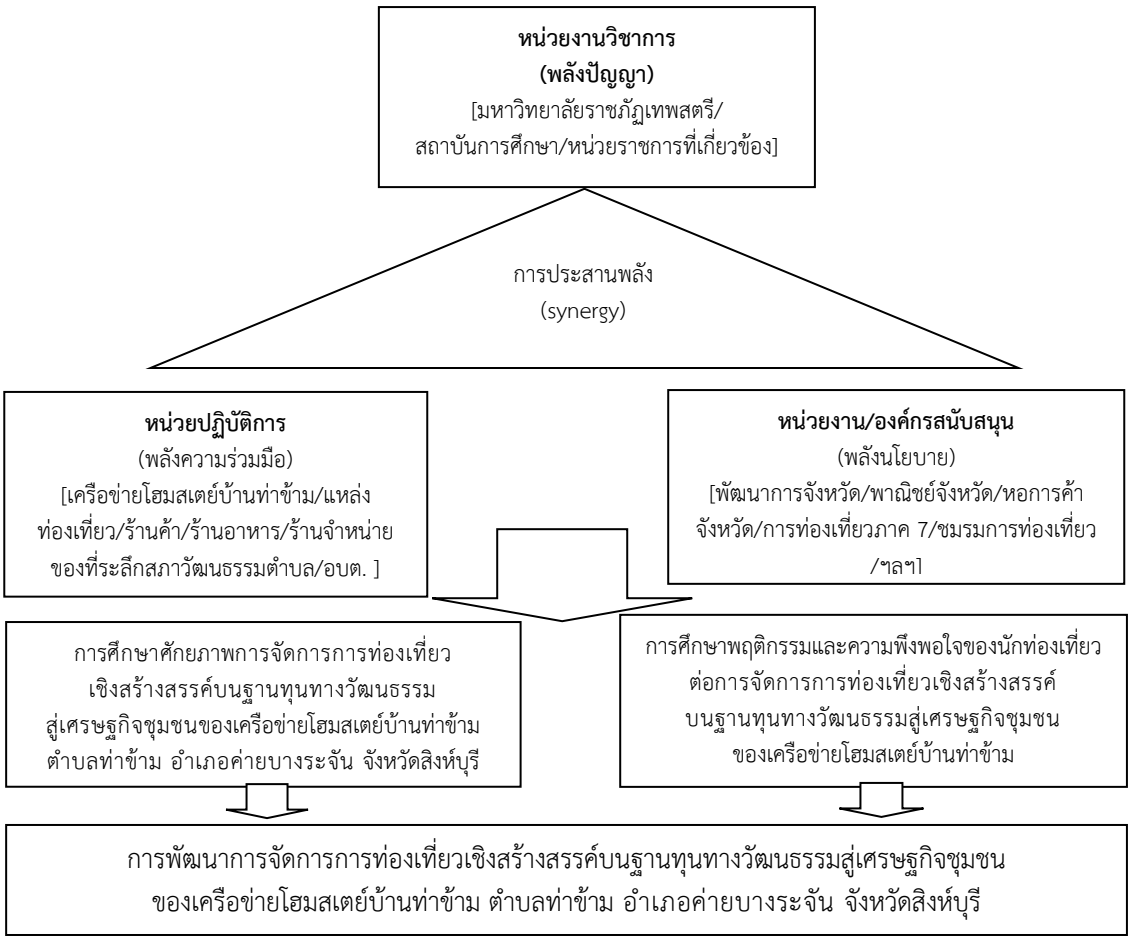
อำเภอค่ายบางระจัน ความรู้และมาตรฐานโฮมสเตย์ วัฒนธรรม ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา การท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รูปแบบธุรกิจ (Business Model) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่า ในการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย โดยเฉพาะคนในชุมชน เข้ามาร่วมกันในทุกขั้นตอนตั้งแต่การวางแผน การปฏิบัติการ ร่วมรับผลประโยชน์ร่วมกัน และร่วมติดตามประเมินผลเพื่อพัฒนา ซึ่งต้องอาศัยทุนทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาในการจัดการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ จึงจำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกันบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน โดยเกิดการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และมีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป ซึ่งการจะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการข้างต้น มีความจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ Janpetch & Siriwong (2017) ที่ค้นพบว่าเมื่อหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับองค์ความรู้ด้านการจัดการทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นจะทำให้ชุมชนเกิดความตื่นตัวและสนใจในประโยชน์ของสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อไปในอนาคต มหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น จึงทำหน้าที่เป็นหน่วยงานทางวิชาการโดยร่วมมือกับชุมชน/ท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด ซึ่งนอกจากจะทำให้ชุมชนเกิดความรู้ เกิดเจตคติที่ดี มีทักษะและสามารถอนุรักษ์และสืบทอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบและยั่งยืนแล้ว ยังก่อให้กระบวนการเรียนรู้จากการปฏิบัติการจริง (Interactive Learning Through Action) จนสามารถพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี
3. เพื่อพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี นี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากผู้มีส่วนสำคัญในการพัฒนา ซึ่งสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิด ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1. ในขั้นตอนการศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1.1 ใช้การวิจัยเชิงสำรวจภาคสนาม

1.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบกับการสอบถามการสังเกต (ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม) และการประชุมกลุ่มเฉพาะ

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาแบบสร้างข้อสรุป โดยการจำแนกชนิดข้อมูล (typological analysis) ตามวัตถุประสงค์และกรอบการวิจัย แล้วสังเคราะห์เป็นผลการวิจัย

2. ในขั้นตอนการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

2.1 ใช้การวิจัยเชิงสำรวจภาคสนาม

2.2 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยจะศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้มาโดยการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 140 ตัวอย่าง

2.3 ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่

1) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา/ค่าบริการ (price) การจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) กระบวนการให้บริการ (process) พนักงานให้บริการ (people) และลักษณะทางกายภาพ (physical)

2) มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย ประกอบด้วย 10 ด้าน ดังนี้ 1) ที่พัก 2) อาหาร 3) ความปลอดภัย 4) อัธยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน 5) รายการนำเที่ยว 6) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 7) วัฒนธรรม 8) การสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ 9) การบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ และ 10) การประชาสัมพันธ์

2.4 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (questionnaires) ที่ได้นำไปทดสอบความตรงในเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ได้ค่า IOC อยู่ในช่วย 0.67-1.00 และความเชื่อมั่น (reliability) ได้ค่า Cronbach's alpha = .825

2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติบรรยาย โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. ในขั้นตอนการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม โดยดำเนินการตามวงจรที่สำคัญ คือ การสังเกต การสะท้อนคิด การวางแผน การลงมือปฏิบัติ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

3.1 ประชากรเป้าหมาย เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนา รวม 25 คน

1) พลังความร่วมมือจากภาคบริการ ได้แก่ ประธาน กรรมการ สมาชิกของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว/ร้านค้า/ร้านอาหาร/ร้านจำหน่ายของที่ระลึก

2) พลังการสนับสนุนจากภาครัฐ/เอกชน ได้แก่ จังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด และการท่องเที่ยวจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หอการค้าจังหวัด เป็นต้น

3) พลังวิชาการ ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี [เป็นการร่วมมือกันแบบสหวิทยาการ คือ คณะวิทยาการจัดการ (กลยุทธการพัฒนา/การเขียนแผนธุรกิจ/การตลาด/การท่องเที่ยวและการโรงแรม) และคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (การพัฒนากลุ่ม/ภูมิปัญญา/แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม)

3.2 วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้ 3 วิธีประกอบกัน คือการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการตามวงจรที่สำคัญ คือ 1) การสังเกต 2) การสะท้อนคิด 3) การวางแผน 4) การลงมือปฏิบัติ และ 5) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จนได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด

ผลการวิจัย

มีผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1. ผลการศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุน ทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ใช้แบบจำลองรูปแบบธุรกิจเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ภาพรวม เพื่อช่วยในการวางแผนธุรกิจได้อย่างครอบคลุม ให้ได้มาตรฐานซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ดีในอนาคต 9 องค์ประกอบ ดังภาพที่ 2

<table>
<tr>
<td rowspan="2">5. พันธมิตรทางการค้า
[Key Partners]
1) แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี
2) กลุ่มอาชีพ/วิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมพื้นบ้าน
3) ร้าน/ศูนย์จำหน่ายของฝากของที่ระลึก
4) ร้านอาหาร
5) ตลาดนัดชุมชน
6) คนในชุน เป็นเพื่อนบ้านที่ดี และมีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์ที่ได้อย่างใกล้ชิดและเป็นกันเอง</td>
<td>3. กิจกรรมที่จะทำ
[Key Activities]
1) ต้อนรับ
2) เข้าที่พัก
3) อาหารและเครื่องดื่ม
4) ใส่บาตรพระตอนเช้าหน้าบ้านพัก/ริมแม่น้ำ
5) ล่องเรือ/ชีจักรยานชมวิถีชีวิตแม่น้ำน้อย
6) นมัสการขี้ลิ้งหลวงพ่อแพวัดพิกุลทอง
7) สักการะบรรพชนที่ค่ายวีรชนบางระจัน
8) ชมวัดโพธิ์เก้าต้น/นมัสการพระพุทธรูปปางสมาธิ
9) แหล่งเตาเผาโบราณ
10) อาหารพื้นบ้าน/ฝึกทำขนมพื้นบ้าน
11) ชมการแสดง/การละเล่นพื้นบ้าน
12) ชมพิพิธภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมในท้องถิ่น
13) ชมอนุสาวรีย์ปู่ดอก-ปู่แก้ว วีรชนคนกล้าศึกบางระจัน
14) ศึกษาเกษตรยั่งยืน
15) การแปรรูปผลิตภัณฑ์พื้นบ้านและภูมิปัญญา</td>
<td rowspan="2">1. คุณค่าของสินค้า/บริการ
[Value Propositions]
1) ที่พักสะอาด/วิถีไทย/สัมผัสธรรมชาติริมรื่น/
ถูกสุขลักษณะ
2) บริการอาหารพื้นบ้าน อาหารใช้วัตถุดิบที่มาจากในท้องถิ่น/สดสะอาด/ครัวและอุปกรณ์ถูกสุขลักษณะ และน้ำดื่มสะอาดปลอดภัย
3) แหล่งวัฒนธรรม
(วัดเจดีย์กลางทุ่ง/วัดท้ายเมือง/วัดพิกุลทอง/วัดพระนอนจักรสีห์/ปราสาทเมืองสิงห์/ค่ายบางระจัน/พิพิธภัณฑ์ของใช้โบราณ ฯลฯ)
4) วิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบชนบท/มีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น
5) ตลาดน้ำ/แหล่งท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น</td>
<td>2. การแบ่งตลาดของกลุ่มลูกค้า
[Customer Segments]
1) นักท่องเที่ยวชาวไทย (ผู้สูงอายุ/ผู้เกษียณอายุ/เยาวชน)
2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</td>
<td rowspan="2">4. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า
[Customer Relation]
1) ต้อนรับด้วย
อัธยาศัยไมตรี ตลอดการอยู่พักอาศัย
2) ติดต่อ สื่อสาร
แจ้งข่าวสารข้อมูลการท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่อง
และทันเหตุการณ์</td>
</tr>
<tr>
<td>7. แหล่งทรัพยากรหลัก
[Key Resources]
1) ทรัพยากรทางกายภาพ
2) ทรัพยากรการเงิน
3) ทรัพยากรมนุษย์
4) ทรัพย์สินทางปัญญา</td>
<td>6. ช่องทางการตลาด
[Channels]
1) สื่อพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์
2) สื่อปากต่อปาก
3) สื่อประชาสัมพันธ์ของชุมชน</td>
</tr>
<tr>
<td colspan="2">8. โครงสร้างต้นทุน [Cost Structure]
1) ค่าจัดที่พัก/ทำความสะอาด
2) ค่าใช้จ่ายในการจัดกิจกรรมและดำเนินการเกี่ยวกับโฮมสเตย์และการท่องเที่ยว
4) ค่าสาธารณูปโภค</td>
<td colspan="3">9. กระแสรายได้ [Revenue Streams]
1) ค่าบริการที่พัก/ค่าอาหารและเครื่องดื่ม
2) ค่าชมกิจกรรม ค่าเช่าเรือ/แพ/จักรยาน
3) จำหน่ายผลผลิตของชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม
พันธุ์ไม้ สมุนไพร อาหารพื้นบ้าน/แปรรูปจากปลา เป็นต้น
4) จากการบริการ เช่น การแสดง การนวดผ่อนคลาย เป็นต้น</td>
</tr>
</table>

ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม

2. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม

2.1 พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี พบว่า ส่วนใหญ่มากมาเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 51.2) ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้มากกว่า 1 วัน (ร้อยละ 87.8) วัตถุประสงค์หลักของการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ เพื่อการสัมมนา/ศึกษา/ดูงาน (ร้อยละ 75.6) วัตถุประสงค์หลักของการมาพักโฮมสเตย์เพื่อการสัมมนา/ศึกษา/ดูงาน (ร้อยละ 70.7) การเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ (ร้อยละ 87.8) ทราบแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกต่อ (ร้อยละ 73.2)

2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ตามกรอบการตลาดบริการ 7P's ดังนี้ 1) ด้านที่พัก 2) ด้านราคา 3) ด้านการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการขาย 5) ด้านพนักงานขาย 6) ด้านกระบวนการขายบริการ 7) ด้านลักษณะ ทางกายภาพของร้าน ผลการวิจัยพบว่า ผู้มาพักมีความพึงพอใจในการให้บริการของโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน (ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.00 ถึง 4.18) เรียงตามลำดับ คือ ด้านราคาอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านที่พัก ด้านกระบวนการขายและบริการ ด้านบุคลากร ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ดังปรากฏรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม (ตามกรอบ 7P's) ภาพรวม

ที่	รายการ	$\bar{x}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
1	ด้านที่พัก	4.16	.69	มาก
2	ด้านราคา	4.18	.65	มาก
3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.06	.77	มาก
4	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.00	.89	มาก
5	ด้านบุคลากร	4.08	.91	มาก
6	ด้านกระบวนการและขั้นตอนการให้บริการ	4.10	.87	มาก
7	ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.06	.90	มาก
ภาพรวม		4.09	.81	มาก

ตารางที่ 2 ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ภาพรวม

ที่	รายการ	$\bar{x}$	SD	ระดับความต้องการ
1	ด้านที่พักของโฮมสเตย์	3.91	.70	มาก
2	การจัดการด้านอาหารของโฮมสเตย์	3.63	.69	มาก
3	การจัดการด้านความปลอดภัยของโฮมสเตย์	3.99	.73	มาก
4	อัธยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน	3.90	.67	มาก
5	รายการนำเที่ยว	3.87	.69	มาก
6	ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.64	.77	มาก
7	ด้านวัฒนธรรม	4.26	.49	มาก
8	ด้านการสร้างคุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์	3.63	.70	มาก
9	การบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์	3.96	.68	มาก
10	ด้านการประชาสัมพันธ์	4.02	.79	มาก
ภาพรวม		3.84	.71	มาก

3. การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี

จากการประชุมกลุ่มเฉพาะจากผู้มีส่วนสำคัญและผู้เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันวิเคราะห์การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ดังนี้

3.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก (SWOT Analysis)

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ปรากฏผลดังนี้

3.1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ปรากฏผลดังนี้

1) จุดแข็ง [S] ประกอบด้วย S_1: มีความเป็นธรรมชาติใช้ชีวิตแบบวิถีพื้นบ้าน S_2: บุคลากรสามารถถ่ายทอดความเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านได้ S_3: เจ้าของบ้านมีมนุษย์สัมพันธ์ให้ความเป็นกันเอง S_4: ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย และ S_5: ราคาที่พักประหยัดคุ้มค่า

2) จุดอ่อน [w] ประกอบด้วย W_1: เส้นทางการคมนาคมไม่สะดวก W_2: การประชาสัมพันธ์ยังไม่หลากหลาย W_3: ขาดการจัดการที่เป็นระบบ W_4: ยังมีบ้านพักบางหลังยังไม่ได้รับมาตรฐาน และ W_5: ขาดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม

3.1.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ปรากฏผลดังนี้

1) โอกาส [O] ประกอบด้วย O_1: นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวตามชุมชนและชอบชมวิถีชีวิตธรรมชาติ O_2: เป็นแหล่งศึกษาชาติพันธุ์ O_3: ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจ O_4: รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนที่พักแบบโฮมสเตย์ และ O_5: นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น

2) ภัยคุกคาม [T] ประกอบด้วย T_1: ชุมชนอื่นได้จัดบริการที่พักแบบโฮมสเตย์มีมากขึ้น T_2: นักท่องเที่ยวบางส่วนยังนิยมที่พักที่มีความสะดวกสบาย และ T_3: ภาวะเศรษฐกิจซบเซาทำให้นักท่องเที่ยวประหยัดค่าใช้จ่าย

3.2 ผลการวิเคราะห์โอกาสและความแข็งแกร่งทางธุรกิจ (EFAS/IFAS Analysis) การวิเคราะห์โอกาสและความแข็งแกร่งทางธุรกิจของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม

3.2.1 ผลการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ (EFAS Analysis) ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามพบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม มีคะแนน EFAS = 3.10 แสดงว่าเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามมีโอกาสทางธุรกิจ ดังปรากฏรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม

Factor	Weight	Rating	Weighted score
O_1: นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวตามชุมชนและชอบชมวิถีชีวิตธรรมชาติ	0.20	3	0.60
O_2: เป็นแหล่งศึกษาชาติพันธุ์	0.10	3	0.30
O_3: ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจ	0.10	3	0.30
O_4: รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนที่พักแบบโฮมสเตย์	0.10	3	0.30
O_5: นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น	0.20	4	0.80
T_1: ชุมชนอื่นได้จัดบริการที่พักแบบโฮมสเตย์มีมากขึ้น	0.05	2	0.10
T_2: นักท่องเที่ยวบางส่วนยังนิยมที่พักที่มีความสะดวกสบาย	0.20	3	0.60
T_3: ภาวะเศรษฐกิจซบเซาทำให้นักท่องเที่ยวประหยัดค่าใช้จ่าย	0.05	2	0.10
ภาพรวม	0.10	3	3.10

3.2.2 ผลการวิเคราะห์ความแข็งแกร่งทางธุรกิจ (IFAS Analysis) ของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม ของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทาง

วัฒนธรรมของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม มีคะแนน IFAS = 2.85 แสดงว่าเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม มีความแข็งแกร่งทางธุรกิจ ดังปรากฏรายละเอียดในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแข็งแกร่งของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม

Factor	Weight	Rating	Weighted score
S_1: มีความเป็นธรรมชาติใช้ชีวิตแบบวิถีพื้นบ้าน	0.15	4	0.60
S_2: บุคลากรสามารถถ่ายทอดความเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านได้	0.10	3	0.30
S_3: เจ้าของบ้านมีมนุษย์สัมพันธ์ให้ความเป็นกันเอง	0.10	4	0.40
S_4: ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย	0.15	3	0.45
S_5: ราคาที่พักประหยัดคุ้มค่า	0.10	3	0.30
W_1: เส้นทางการคมนาคมไม่สะดวก	0.10	2	0.20
W_2: การประชาสัมพันธ์ยังไม่หลากหลาย	0.10	2	0.20
W_3: ขาดการจัดการที่เป็นระบบ	0.10	2	0.20
W_4: กิจการยังบ้านพักยังไม่ได้รับมาตรฐาน	0.05	2	0.10
W_5: ขาดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม	0.05	2	0.10
ภาพรวม	0.10	3	2.85

3.2.3 สรุปผลการวิเคราะห์โอกาสและความแข็งแกร่งทางธุรกิจของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม มีโอกาสทางธุรกิจ (EFAS = 3.10) และมีความแข็งแกร่งทางธุรกิจ (IFAS = 2.85) ดังนั้นจึงควรขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม ดังปรากฏรายละเอียดในตาราง 5

ตารางที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์โอกาสและความแข็งแกร่งทางธุรกิจของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม

ภายนอก (EFAS) / ภายใน (IFAS)	โอกาส (คะแนนมากกว่า 2.50) [EFAS = 3.10]	อุปสรรค (คะแนนน้อยกว่า 2.50)
แข็งแกร่ง (คะแนนมากกว่า 2.50) [IFAS = 2.85]	**ส่งเสริมและสนับสนุนกิจการโฮมสเตย์ให้พร้อมรองรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**	-
อ่อนแอ (คะแนนน้อยกว่า 2.50)	-	-

3.2.4 TOWS Analysis

เมื่อตัดสินใจขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จึงได้ใช้เทคนิค TOWS Analysis ในการเสนอกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ดังนี้

ปัจจัยภายนอก / **ปัจจัยภายใน**	**โอกาส [O]** O_1: นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวตามชุมชนและชอบชมวิถีชีวิตธรรมชาติ O_2: เป็นแหล่งศึกษาชาติพันธุ์ O_3: ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและน่าสนใจ O_4: รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนที่พักแบบโฮมสเตย์ O_5: นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น	**อุปสรรค [T]** T_1: ชุมชนอื่นได้จัดบริการที่พักแบบโฮมสเตย์มีมากขึ้น T_2: นักท่องเที่ยวบางส่วนยังนิยมที่พักที่มีความสะดวกสบาย T_3: ภาวะเศรษฐกิจซบเซาทำให้นักท่องเที่ยวประหยัดค่าใช้จ่าย
จุดแข็ง [S] S_1: มีความเป็นธรรมชาติใช้ชีวิตแบบวิถีพื้นบ้าน S_2: บุคลากรสามารถถ่ายทอดความเป็นวัฒนธรรมพื้นบ้านได้ S_3: เจ้าของบ้านมีมนุษย์สัมพันธ์ให้ความเป็นกันเอง S_4: ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย S_5: ราคาที่พักประหยัดคุ้มค่า	**SO strategy** S_1 S_2 S_4 O_1 O_2 O_5 กลยุทธ์ที่ 1 “การพัฒนาอัตลักษณ์โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม”	**ST strategy** S_1 S_2 S_4 T_1 T_2 กลยุทธ์ที่ 3 “การสร้างความแตกต่างให้กับโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม”
จุดอ่อน [W] W_1: เส้นทางการคมนาคมไม่สะดวก W_2: การประชาสัมพันธ์ยังไม่หลากหลาย W_3: ขาดการจัดการที่เป็นระบบ W_4: ยังมีบ้านพักบางหลังยังไม่ได้รับมาตรฐาน W_5: ขาดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม	**WO strategy** W_3 W_4 W_5 O_3 O_4 O_5 กลยุทธ์ที่ 2 “การพัฒนาโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามให้ได้มาตรฐาน”	**WT strategy** W_3 W_4 W_5 T_1 T_2 กลยุทธ์ที่ 4 “การจัดการเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามแบบมีส่วนร่วม”

ผลจากผลการจัดทำ TOWS matrix ของศักยภาพและความพร้อมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม สามารถจัดทำแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนบนฐานทุนทางวัฒนธรรม ได้ดังนี้

กลยุทธ์	แผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนบนฐานโดยชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม
กลยุทธ์ที่ 1 (SO Strategy) “การพัฒนาอัตลักษณ์โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม”	แผนการท่องเที่ยวที่ 1 จัดรายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดสิงห์บุรีและจังหวัดใกล้เคียง
กลยุทธ์ที่ 2 (WO Strategy) “การพัฒนาโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามให้ได้มาตรฐาน”	แผนการท่องเที่ยวที่ 2 อบรมการพัฒนาบุคลากร/เจ้าหน้าที่/คนในชุมชนที่มีศักยภาพพร้อมในการนำเที่ยว
กลยุทธ์ที่ 3 (SO Strategy) “การสร้างโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามที่แตกต่าง”	แผนการท่องเที่ยวที่ 3 ค้นหาจุดเด่นและเพิ่มช่องทางการตลาด
กลยุทธ์ที่ 4 (WO Strategy) “การจัดการโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามแบบมีส่วนร่วม”	แผนการท่องเที่ยวที่ 4 จัดระดมความคิดกับทุกภาคส่วนแบบบูรณาการ

อภิปรายผล

1. ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี สอดคล้องกับ Suebsunthon & Kunwong (2018) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืนที่พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเข้ามาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน และจากผลการวิจัยของ Thampramuan & Tekhanmag (2021) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนทางวัฒนธรรม ของกลุ่มโฮมสเตย์ไทยเบิ้งบ้านโคกสลุง ที่พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมมีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก มีโอกาสและความแข็งแกร่งทางธุรกิจจึงตัดสินใจขยายการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนทางวัฒนธรรมไทยเบิ้ง โดยพัฒนาศักยภาพความเป็นธรรมชาติและความพร้อมของบุคลากรให้ตรงกับความนิยมและการส่งเสริมภาครัฐ

2. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม จากผลการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมผู้มาพักมีความพึงพอใจในการให้บริการของโฮมสเตย์อยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับจากมากไปน้อย คือ ราคา รองลงมาคือ ที่พัก กระบวนการขายและบริการ บุคลากร ช่องทางการจัดจำหน่ายบริการ ลักษณะทางกายภาพ และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ Boonto, Hongsakul, & Kasornbua (2015) ที่ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบทตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย กรณีศึกษา บ้านดงโฮมสเตย์ ตำบลดงกระทงยาม อำเภอศรีมหาโพธิ์ จังหวัดปราจีนบุรี ที่พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทาง การจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมทางการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านการบริการ อยู่ในระดับมากและมากที่สุด และพบว่าผู้ประกอบได้ดำเนินงาน

ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยทั้ง 10 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านอาหาร และโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านอัธยาศัยไมตรี ของเจ้าของบ้านและสมาชิก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม ด้านวัฒนธรรม ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ และด้านประชาสัมพันธ์ ส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง

3. การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1) กลยุทธ์ “การพัฒนาอัตลักษณ์โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม” สอดคล้องกับ Kaewchan (2023) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืน ที่พบว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมถูกออกแบบมาจากพื้นฐานทองทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น และยังสอดคล้องกับ Thampramuan & Tekhanmag (2020) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนชมรมโฮมสเตย์ชมรมเพื่อนเกษตร ที่พบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ “การพัฒนาอัตลักษณ์โฮมสเตย์วิเศษชัยชาญ” โดยพัฒนาศักยภาพความเป็นธรรมชาติ และยังสอดคล้องกับ Thampramuan & Tekhanmag (2021) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มโฮมสเตย์ไทยเบิ้งบ้านโคกสลุง ที่พบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญคือ “การอนุรักษ์ธรรมชาติและวิถีชีวิตวัฒนธรรมโฮมสเตย์ไทยเบิ้งบ้านโคกสลุง”

2) กลยุทธ์ “การพัฒนาโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามให้ได้มาตรฐาน” สอดคล้องกับ Toeypho & Photibat (2018) ที่ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมโฮมสเตย์: การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอวังน้ำเขียว ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพโฮมสเตย์ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ระบบนิเวศรอบ ๆ อาณาบริเวณ ระบบสาธารณูปโภค อาคารที่พักใช้ประโยชน์ การให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสมเพื่อให้โฮมสเตย์ได้รับมาตรฐาน และยังสอดคล้องกับ Thampramuan & Tekhanmag (2020) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนชมรมโฮมสเตย์ชมรมเพื่อนเกษตร ที่พบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ กลยุทธ์ “การพัฒนามาตรฐานและการจัดการโฮมสเตย์วิเศษชัยชาญ”

3) กลยุทธ์ “การสร้างโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามที่แตกต่าง” สอดคล้องกับ Kloumsri & Laohavichien (2020) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของภาพลักษณ์ตราสินค้าสีเขียว คุณภาพการบริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์: กรณีศึกษาชุมชนบางตะบูนเพชรบุรี ที่พบว่า ผู้ประกอบการโฮมสเตย์สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดยการปรับปรุงคุณภาพการบริการ และยังสอดคล้องกับ Thampramuan & Tekhanmag (2021) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนเชิงวัฒนธรรมบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มโฮมสเตย์ไทยเบิ้ง ที่พบว่า การใช้กลยุทธ์การสัมผัสวัฒนธรรมนำที่พักโฮมสเตย์ไทยเบิ้งบ้านโคกสลุง” ที่แตกต่างจากที่อื่น ๆ

4) กลยุทธ์ “การจัดการเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามแบบมีส่วนร่วม” สอดคล้องกับ Kaewchan (2023) ที่ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืน

ที่พบว่าการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นให้มีการออกแบบกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ได้มีส่วนร่วมและแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในการทำกิจกรรมได้ลงมือปฏิบัติร่วมกันระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าของบ้านหรือศิลปิน สอดคล้องกับ Suebsunthon & Kunwong (2018) ที่ศึกษาเรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืน ที่พบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานความยั่งยืนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับบริบทของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเข้ามาเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน และยังสอดคล้องกับ Siriwong, Sungrugsa & Choojai (2017) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ในแหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณอู่ทอง ที่พบว่าผลการดำเนินการพัฒนาโฮมสเตย์ต้นแบบ ปัจจัยนำสู่ความสำเร็จจากผู้นำและความร่วมมือของสมาชิก และยังสอดคล้องกับ

Boonmee, Sangkhaduang & AreeKul (2018) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในภาคใต้ ที่พบว่า โฮมสเตย์มีลักษณะเด่นที่เกี่ยวข้องกับบริบทพื้นที่และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ส่งผลต่อกิจกรรมที่มีรูปแบบเกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณี และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ สรุปได้ 6 ประเด็น คือ 1) การพัฒนาศักยภาพและความพร้อมในการรองรับด้านการท่องเที่ยว 2) การกระจายรายได้และผลประโยชน์ 3) การพัฒนาคุณภาพการบริการ 4) การวางแผนทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ 5) การพัฒนาคู่มือการให้บริการและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 6) การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ต่อชุมชนในการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความยั่งยืนทางสังคม และวัฒนธรรม และยังสอดคล้องกับ Phayungsin & Somwang (2021) ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี ที่พบว่า การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน มี 4 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างการมีส่วน ร่วมและสร้างเครือข่ายพันธมิตร และกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์มาตรฐานความปลอดภัย 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ และ 4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy) ได้แก่ กลยุทธ์ การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 จากผลการศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ใช้แบบจำลองรูปแบบธุรกิจเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ภาพรวม เพื่อช่วยในการวางแผนธุรกิจได้อย่างครอบคลุม ให้ได้มาตรฐานเป็นประโยชน์ต่อโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ดีในอนาคต ดังนั้น ชมรมโฮมสเตย์ และชุมชนบ้านท่าข้าม ควรเร่งพัฒนาการจัดการและพัฒนาโฮมสเตย์ให้ได้รับมาตรฐานและการจัดการโฮมสเตย์แบบมีส่วนร่วม โดยภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ ควรร่วมมือกันในส่งเสริมและสนับสนุนในการพัฒนาอัตลักษณ์โดยชุมชนของโฮมสเตย์ ให้มีความแตกต่างจากโฮมสเตย์อื่น ๆ ให้เป็นที่ประทับใจและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.2 จากผลการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม พบว่า ส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก ระยะเวลาในการมาท่องเที่ยวครั้งนี้มากกว่า 1 วัน วัตถุประสงค์เพื่อการสัมมนา/ศึกษา/ดูงาน มาพักโฮมสเตย์เพื่อการสัมมนา/ศึกษา/ดูงาน การเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ทราบแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากการบอกต่อ ดังนั้น เครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามควรมีกิจกรรมที่สร้างความประทับใจในครั้งแรกและให้มีการบอกต่อ จัดหาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสำหรับกิจกรรมค้างคืน เตรียมบ้านพักโฮมสเตย์ที่สามารถรองรับเป็นหมู่คณะได้

1.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ตามกรอบการตลาดบริการ 7P’s ผลการวิจัย ขอเสนอแนะเรียงตามลำดับ จากความพึงพอใจน้อยไปมากที่สำคัญ ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายบริการ ด้านบุคลากร ด้านที่พัก ดังนี้ ควรเพิ่มการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์โดยโดยเฉพาะการออกแบบใบปลิวให้มีความน่าสนใจเพื่อแจกให้กับกลุ่มเป้าหมาย ควรขยายตลาดโดยใช้ตัวแทนที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถติดต่อได้ สำหรับภายในที่พักควรมีบรรยากาศเป็นธรรมชาติและมีความสงบ ห้องน้ำควรมีความสะอาดและมิดชิด ในส่วนความต้องการของลูกค้าขอเสนอแนะตามที่ลูกต้องการมากที่สุด ดังนี้ ต้องการความเป็นวัฒนธรรม โดยให้มีการร่วมกันวางแผนนำกิจกรรมการนำเที่ยวที่เน้นวัฒนธรรมที่เด่นเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายช่องทางมากกว่านี้ ภาครัฐควรส่งเสริมสนับสนุนอย่างจริงจังโดยบรรจุอยู่ในแผนการจัดการท่องเที่ยวระดับประเทศ โดยระบุกิจกรรมการท่องเที่ยวตามเทศกาลต่าง ๆ หมุนเวียนในแต่ละพื้นที่เพื่อให้เป็นที่น่าสนใจได้สัมผัสการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

1.4 จากผลการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม ตำบลท่าข้าม อำเภอค่ายบางระจัน จังหวัดสิงห์บุรี ได้ 4 กลยุทธ์ ดังนี้ 1) การพัฒนาอัตลักษณ์โฮมสเตย์บ้านท่าข้าม 2) การพัฒนามาตรฐานและร่วมกันจัดการโฮมสเตย์บ้านท่าข้าม 3) การสร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าบ้านท่าข้าม และ 4) การจัดการโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามแบบมีส่วนร่วม ดังนั้น เครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามควรเร่งพัฒนาแบบมีส่วนร่วมทุกภาคส่วนทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด โดยมีการระดมความคิดและดำเนินการอย่างเร่งด่วนและเป็นรูปธรรมอีกตั้งควรมีการตั้งในรูปคณะกรรมการแบ่งงานและหน้าที่อย่างชัดเจน และมีปฏิทินกำหนดการ ประชุมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการจัดทำแผนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนทางวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจชุมชนของเครือข่ายโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามประจำปี

2.2 ควรมีการพัฒนาศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมของโดยชุมชนของโฮมสเตย์บ้านท่าข้ามให้มีคงอยู่อย่างยั่งยืนสืบไปชนรุ่นหน้าต่อไป

References

Boonmee, J., Sangkhaduang, T. & AreeKul, P. (2018). yutthasāt kānthǭngthīeo hō̄mot tē̄nai phāk tai [Strategies of Homestay Tourism in Southern Region]. **Academic Services Journal, Prince of Songkla University.** 29(3), 74-89.

Boonto, P., Hongsakul, S. & Kasornbua, T. (2015). kānbǭrihān čhatkān kānthǭngthīeo phūa samphat watthanatham chonnabot tām māttrathān hō̄mot tē̄Thai kǭrānī suksā bān dong hō̄mot tē̄tambon dong krathong yām ʻamphoē sī maha ̄phō̄čhangwat Prachīn Burī [The Rural Tourism Management on Thai Home Stay Standard Case Study: Ban Dong, Tambon Dong Krathong Yam, Amphoe Si Maha Phot, Prachinburi Province]. **Srinakharinwirot Research and Development Journal (Humanities and Social Sciences)**. 7(14), 52-63.

Bourdieu, P. (1986). **The form of capital.** In J. G. Richardson (Ed.), Handbook of theory and Research for the sociology of education (64-75). New York: Greenwood Press.

Janpetch, K. & Siriwong, P. (2017). karabūn na ̄kān thun thāng watthanatham sū kān Pen lǣng thǭngthīeo choēng sāngsan dūai krabūankān mī sūan rūam khǭng chumchon: kǭrānī suksā chumchon bān chāk ngæō ʻamphoē bānglamung čhangwat Chon Burī [The Integration of Cultural Capital into a Creative Tourist Attraction through Participatory Process: A Cast Study of Ban Chak Ngaew Community, Banglamung District in Chonburi Province]. **Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences).** 1(10), 111-121.

Kaewchan, P. (2023). konlayut kānčhatkān thǭngthīeo choēng sāngsan bon thān khwāmyangyūn [Tourism management strategy Creativity based on sustainability]. **Journal of MCU Loei Review.** 3(1), 70-77.

Kloumsri, J. & Laohavichien, T. (2020). khwāmsamphan khǭng phāplak trā sinkhā sīkhīeo khunnaphāp kān bǭrikān læ khwāmphưngphǭčhai khǭng nakthǭngthīeo chāo Thai tǭʻakā rot ʻong thīeo bǣp hō̄mot tē̄: kǭrānī suksā chumchon bāng tabūn Phetchaburī [The Relationship among green brand image, service quality and Thai tourists' satisfaction on homestay tourism: a case study of Bang Ta Boon community, Phetchaburi, Thailand]. **University of Thai Chamber of Commerce Journal, Humanities and Social Sciences.** 40(3), 95-119.

Kongkaew, R. & Muangsiri, M. (2021, September 15). Interview by **P. Thampramuan**. [Tape Recording]

Phayungsin, S. & Somwang, J. (2021). kān̄mī s̄ụ̄anrū̄am khō̜ng chumchon nai kān̄phatthanā rūpbǣp kān̄bō̜rihān c̄hatkān thurakit hō̜mot tē̜ tām nǣothāng kān̄thō̜ngthīeo chumchon OTOP nawat withī [Community Participation on Development of Homestay Business Management followed by the Guidelines of Community Tourism OTOP Nawat Witee: A Case Study of Moo 10 Khao Samo Khon Subdistrict, Tha Wung District, Lop Buri Province]. **Journal of Accounting and Management Mahasarakham University**. 13(3), 170-187.

Scott, J. C. (1958). **Weapons of the Weak: Everyday Forms of Peasant Resistance**. Yale University Press.

Siriwong, P., Sungrugsa, N. & Choojai, L. (2017). kān̄phatthanā thī phak bǣp hō̜mot tē̜ nai lǣng thō̜ngthīeo mūang bō̜rān ʻū thō̜ng [The Development of Homestay Model in U-Thong Ancient City]. **Veridian E-Journal, Silpakorn University.** 10(2), 282-2293.

Suebsunthon, S. & Kunwong, N. (2018). kān̄c̄hatkān thō̜ngthīeo chœ̄ng sān̄gsan bon thān̄ khwāmyangyūn̄ [Tourism management Creativity based on sustainability]. **Journal of Humanities and Social Sciences Review (JHSSR) Phetchaburi Rajabhat University**. 20(2), 65-83.

Thampramuan, P. & Tekhanmag, K. (2020). kān̄phatthanā kān̄c̄hatkān kān̄thō̜ngthīeo chœ̄ng sān̄gsan bon thān̄ thun thāng watthanatham sū̄ sētthakit chumchon khō̜ng chomrom hō̜mot tē̜ phūan kasēt̄ ʻAmphœ̄ Wisēt̄ Chai Chān̄ c̄hangwat ʻĀng Thong [The development of creative tourism management based on the cultural capital to the community economy of the Pheunkaset Homestay Club, Wisetchaichan district, Angthong province]. **Silpakorn University Journal.** 40(1), 65-83.

Thampramuan, P. & Tekhanmag, K. (2021). konlayut kān̄c̄hatkān kān̄thō̜ngthīeo chumchon chœ̄ng watthanatham bon thān̄ thun thāng watthanatham khō̜ng klum hō̜mot tē̜ Thai bi ngō̜bān̄ khōk sō̜ lung ʻamphœ̄ phatthanā nikhom c̄hangwat Lop Burī [Cultural Community Tourism Management Strategies Based on The Cultural Capital of the Thaiberng Khoksalung Homestay Group, Phatananikom Djstrict, Lopburi Province]. **Panyapiwat Journal.** 13(2), 109-128.

Toeypho, K. & Photibat, P. (2018). watthanatham ho̱ mot te̱ : ka̱nphatthana̱ ru̱pbæ̱p ka̱nc̆hatka̱n ka̱nthoṇgthi̱eo doi̱ chumchon ʻamphœ̱ wang nam khi̱eo c̆hangwat Nakhoṇ Ra̱tchasi̱ma̱ [Homestay Culture: Developing Model of Management Tourism by Community Wang Nam Khiao District Nakhon Ratchasima Province]. **Prae-wa Kalasin Journal of Kalasin University**. 5(1), 20-40.

UNESCO. (2006). **Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion Report of the Planning Meeting for 2008**. International Conference on Creative Tourism. Santa Fe: New Mexico.