

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตาม
แนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน
อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี

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

สุกัญญา พยุงสิน* และจิราวรรณ สมหวัง²

Sukunya Phayungsin* and Chirawan Somwang²

Received : July 22, 2021 Revised : September 9, 2021 Accepted : September 16, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทและศักยภาพของชุมชนสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี และ 2) พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1) การสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 12 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และ 2) การสนทนากลุ่มและเวทีเสวนาสรูปในครั้งนี้ได้แก่ ผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 24 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำชุมชนและชาวบ้านมีความต้องการและพร้อมให้ความร่วมมือในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางยุทธศาสตร์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีให้ประสบความสำเร็จ บนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชุมชน และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในกายชุมชน โดยมีหน่วยงานจากภาครัฐให้การสนับสนุน เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอท่าม่วง องค์การบริหารตำบลท่าม่วง เทศบาลตำบลท่าม่วง และมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี สำหรับการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี มี 4 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายพันธมิตร และกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน 2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย 3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างการรับรู้และ 4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วมของชุมชน การบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ การท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

* Assistant Professor, Management Science Faculty, Thepsatri Rajbhat University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

² Assistant Professor, Management Science Faculty, Thepsatri Rajbhat University

Abstract

The purposes of this research were to 1) study the context and potential of community for 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, and 2) develop the homestay business management practice 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. This study was conducted as a qualitative research methodology. Research instruments comprised of 1) the focus group and in-depth interview with 12 key informants, who were community leaders, community representatives, entrepreneurs, and officers from public sectors selected by the purposive sampling technique, and 2) the focus group and community forum with 24 key informants, who were community leaders, community representatives, entrepreneurs, and officers from community development office of Tha Wung district, selected by the purposive sampling technique. Qualitative data was analyzed in terms of the content analysis. Research findings demonstrated that community leaders and residents had the desire and willingness to collaborate for the achievement on community development followed by the guidelines of community tourism OTOP Nawat Witee in accordance with their wisdoms, cultures, community lifestyles, and attractive places. It was essential for them to have the support from public sectors such as community development office of Tha Wung district, Tha Wung subdistrict administrative Organization, Tha Wung subdistrict municipality, and Rajabhat Thepsatri university. There four homestay business management strategies for moo 10 Khao Samo Khon subdistrict, Tha Wung district, Lop Buri province. First, the SO strategies were 1) collaboration and alliance building, and 2) community-based tourism development. Second, WO strategies were 1) public relation strategy, and 2) tourism health and hygiene standards strategy. Third, ST strategy was a tourists' perception strategy. Forth, WT strategy was a community-based tourism database strategy.

Keywords : Community Participation, Homestay Business Management, Community Tourism OTOP Nawat Witee

1. บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) มีกรอบแนวคิดด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิต และมีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ และพันธกิจกระทรวงมหาดไทย ข้อ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ตลอดจนภารกิจอำนาจหน้าที่ของกรมการพัฒนาชุมชน ในการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ รวมทั้งเสริมสร้างขีดความสามารถและความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งคณะกรรมการรัฐมนตรี มีมติ เมื่อวันที่ 16

มกราคม พ.ศ. 2561 ให้ความเห็นชอบแนวทางการจัดทำงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 ใน 3 แนวทาง ได้แก่ 1) พัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ยกกระดับสวัสดิการ ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพ สร้างโอกาสในอาชีพ และการจ้างงาน 2) พัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านกระบวนการประชาคม การเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการพัฒนาอาชีพและสร้าง รายได้ในชุมชน สนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในแต่ละ ท้องถิ่น และ 3) ปฏิรูปการโครงสร้างการผลิตภาคการเกษตรทั้งระบบ ควบคุมการสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าทางการเกษตร และส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ ดังนั้น โอกาสในการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้ชุมชนตามแนวทางดังกล่าว จำเป็นต้องดำเนินการพัฒนาเชิงพื้นที่ผ่านกระบวนการประชาคม ให้ชุมชนเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการพัฒนาอาชีพและ สร้างรายได้ในชุมชน ด้วยการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน และส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยว ในแต่ละท้องถิ่น (กรมการพัฒนาชุมชน, 2561)

รัฐบาลจึงได้มีความพยายามที่จะเพิ่มความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน โดยจัดให้มี “โครงการชุมชน ท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม” ขึ้น เป็นการบูรณาการการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวควบคู่กับการพัฒนาและ ส่งเสริมการตลาดของสินค้าในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product หรือ OTOP)” จากชุมชนต่าง ๆ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ มีนวัตกรรมของการพัฒนาและยุทธศาสตร์ในการส่งเสริม เพิ่มจำนวน นักท่องเที่ยวและเพิ่มยอดขายสินค้า OTOP ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชน เพิ่มคุณค่าให้สินค้า OTOP ให้เป็นเสน่ห์ ดึงดูดให้คนเข้าไปท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ที่มีสินค้า OTOP ที่เป็นผลผลิตของชุมชนต่าง ๆ ในแต่ละจังหวัด เพิ่ม รายได้จากท่องเที่ยว เพิ่มรายได้จากการขายสินค้า OTOP ที่ผลิตโดยสมาชิกในชุมชน ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน ใช้ภูมิปัญญาของคนในชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชน (ไทยโพสต์, 2562)

อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี เป็นหนึ่งใน 11 อำเภอที่เข้าร่วมโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม คณะผู้วิจัย ได้เข้าร่วมสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม (Focus group) ณ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี พบปัญหา ดังนี้ 1) ชาวบ้านมีความประสงค์ที่จะพัฒนาชุมชนให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม แต่ยังขาดความรู้โดยเฉพาะ เรื่องการจัดทำแผนธุรกิจสำหรับการเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม โดยชาวบ้านมีความประสงค์ให้ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และนักวิจัย เข้ามาศึกษาวิจัยและพัฒนาแผนธุรกิจการท่องเที่ยวหมู่บ้าน OTOP นวัตกรรมสู่การนำไปปฏิบัติ และดำเนินการได้จริง 2) ชาวบ้านมีความประสงค์ให้หมู่บ้านของตนเองได้รับการพัฒนาให้เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม แต่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในเรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนและการพัฒนาสินค้า ชุมชน เช่น เรื่องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ และ 3) ชาวบ้านมีความประสงค์ให้นักวิชาการและนักวิจัยมาให้ความช่วยเหลือด้านการจัดเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน (ไพศาล ก้อนทอง, กิตติ หุตะมาน, วันเพ็ญ อิมฎ, ทิตยาภรณ์ ยอดเมือง, 7 กันยายน 2561)

จากสภาพปัญหาการขาดความรู้เรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนและการพัฒนาสินค้าชุมชนของ ชาวบ้าน โดยเฉพาะเรื่องการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ ในการศึกษาครั้งนี้ จึงเป็นการศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี เพื่อที่จะช่วยให้ชาวบ้านร่วมกันสร้างสรรค์ชุมชนของ ตนเองให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม และเป็นชุมชนเข้มแข็งที่มีรายได้และสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

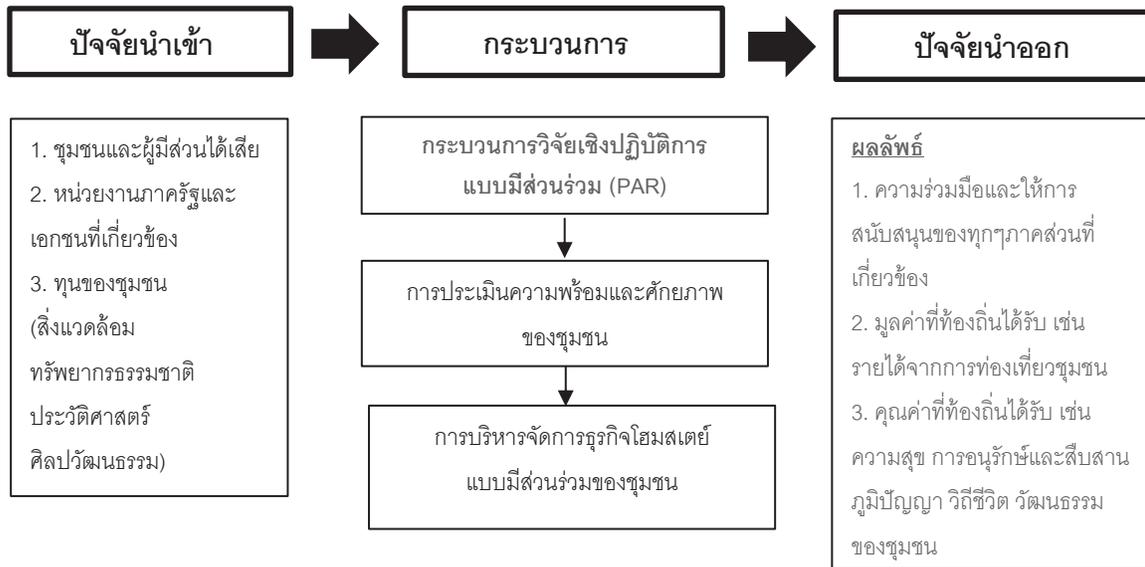
2.1 เพื่อศึกษาบริบทและศักยภาพของชุมชนสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี

2.2 เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP
 นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี มีกรอบแนวคิดการวิจัย แสดงดังรูปภาพประกอบ 1

รูปภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



4. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน

การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของคนในชุมชน แสดงให้เห็นถึงพลังอำนาจในชุมชนและรากฐานของประชาธิปไตยที่คนในชุมชนมีสิทธิตัดสินใจที่จะดำเนินชีวิตด้วยตนเอง สำหรับเครื่องมือที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอกชุมชนและนักพัฒนานิยมใช้เพื่อส่งเสริมการให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม ได้แก่ การประเมินสถานะชนบทแบบมีส่วนร่วม (Participatory Rural Assessment หรือ PRA) ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (group discussion) ซึ่งมักจะดำเนินการควบคู่ไปกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) โดยมี 4 ขั้นตอนหลักที่สำคัญ ดังนี้ (บุญยศกฤษฎ์ อเนกสุข, 2557, หน้า 188 - 189)

1. กระตุ้นให้คนในชุมชนร่วมสนทนากลุ่มเพื่อค้นหาปัญหาที่แท้จริงในชุมชนและ/หรือสร้างความทรงจำร่วมกัน (collective memory) ทางประวัติศาสตร์ชุมชน โดยอาจจะเกิดขึ้นควบคู่กันหรือแยกจากกันก็ได้ เช่น ปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม หรือการสร้าง ความทรงจำร่วมกันของชุมชนเพื่อให้คนในชุมชนนำเสนอความทรงจำร่วมกันเกี่ยวกับชุมชนตนเอง เพื่อนำไปสู่การที่คนในชุมชนมีความรู้สึกถึงการมีอดีตร่วมกัน มีปัจจุบันร่วมกัน และมีอนาคตร่วมกัน เช่น การบอกเล่าถึงการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ในชุมชน การนำเสนอความคาดหวังที่มีต่อชุมชนในอนาคต เป็นต้น

2. กระตุ้นให้คนในชุมชนร่วมกำหนดขอบเขตปัญหาและ/หรือการกำหนดอนาคตร่วมกันของชุมชน รวมถึงร่วมกำหนดวิธีการที่คนในชุมชนจะสามารถรวบรวมข้อมูลที่สะท้อนปัญหาและ/หรือแนวทางการกำหนดอนาคตชุมชนได้ เช่น การทำแผนที่เดินดินเก็บตัวอย่าง การรวบรวมภาพถ่าย การสัมภาษณ์ การสังเกต ฯลฯ

3. คณะทำงานวิเคราะห์ปัญหาและ/หรือแนวทางการกำหนดอนาคตชุมชน พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลทั้งหมดแก่คนในชุมชนด้วยวิธีการต่าง ๆ ที่ทำให้คนในชุมชนเข้าใจได้ง่าย เช่น ภาพประกอบ แผนภูมิ ชี้แจง ฯลฯ โดยรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะคนในชุมชน

4. คณะทำงานรวบรวมข้อคิดและข้อเสนอแนะของคนในชุมชนทั้งหมด พร้อมทั้งสรุปเป็นข้อเสนอในการแก้ไขปัญหาหรือแนวทางการกำหนดอนาคตของชุมชน เช่น อาจเสนอว่าการท่องเที่ยวชุมชนเป็นรูปแบบหนึ่งในการแก้ไขปัญหาการรักษาวัฒนธรรมของชุมชนอาจจะทำให้หนุ่มสาวรุ่นใหม่กลับมาทำงานให้ชุมชน หรือการท่องเที่ยวชุมชนอาจเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนให้นักท่องเที่ยวและคนภายนอกได้รู้จักชุมชนมากขึ้น

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ โอท็อป (OTOP: One Village, One Product) เป็นโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่น แต่ละตำบล ซึ่งจุดเด่นของสินค้า OTOP คือ เสน่ห์ท้องถิ่น ผลิตจำนวนไม่มาก วัตถุดิบในชุมชนที่มีอัตลักษณ์แตกต่างจากท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น มีสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication) ซึ่งถือว่าเป็นจุดขายและเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สำคัญของชุมชนนั้น สำหรับการผลิตสินค้า OTOP ในอดีตที่ผ่านมา มีรูปแบบเป็น “ห่วงโซ่อุปทานแบบผลัก (Supply Chain Push) ซึ่งเป็นการผลิตและกระจายสินค้า ที่ขึ้นอยู่กับพยากรณ์ระยะยาว ลักษณะจะเป็นการผลิตเพื่อรอจำหน่าย (Make to Stock) โดยที่ยังไม่เกิดความต้องการของผู้บริโภค แต่ในปัจจุบัน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะปัจจัยด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เงื่อนไขการซื้อขายสินค้า OTOP เปลี่ยนไปด้วย สินค้า OTOP สวยงามแต่มีคุณลักษณะไม่ร่วมสมัย ผู้บริโภคนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ยาก ดังนั้น OTOP นวัตวิถี จึงเป็นการปรับกระบวนการใช้ห่วงโซ่อุปทานแบบดึง (Supply Chain Pull) คือ การผลิตและการกระจายสินค้าที่เกิดจากความต้องการของผู้ซื้อโดยตรง โดยใช้การท่องเที่ยวดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในชุมชนและซื้อสินค้า OTOP ที่ผลิตจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยผ่านการปรับปรุงและพัฒนาให้มีความ “ร่วมสมัย” ทำให้ผู้ซื้อสามารถนำไปใช้แบบ “ร่วมวิถี” ได้ ทั้งนี้ หลักการจัดการการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี สามารถทำได้โดยการใช้กระบวนการ 5P มีรายละเอียดดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2561)

1. Place ด้านการท่องเที่ยว พัฒนาศักยภาพสร้างแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว เพราะเป็นแม่เหล็กตัวแรกที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว
2. Preserve ด้านอนุรักษ์ ดูแลรักษาทรัพยากรที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น/ชุมชน และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมาเยือนด้วยความประทับใจ และเป็นต้นทุนที่ยั่งยืนของชุมชน
3. People ด้านชุมชน พัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน พัฒนาผู้ประกอบการชุมชนให้มีความเข้มแข็งแก่งไปด้วยกัน
4. Product ด้านผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการให้มีความโดดเด่น สินค้าต้องผลิตแบบรู้จักคนซื้อ

5. Promotion ด้านการส่งเสริม ประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริม/สนับสนุนการท่องเที่ยวและกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง รู้จักพลังสื่อ เลือกใช้สื่อที่ประหยัดและให้ผลกว้าง (impact)

4.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์

การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของโฮมสเตย์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน มี 6 แนวทางที่สำคัญ ดังนี้ (กนกรัตน์ ดวงพิบูล และจารุพันธ์ เมธะพันธ์, 2561)

1. การพัฒนาศักยภาพของชุมชนจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมของสถานที่และกิจกรรมต่าง ๆ โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชน หรือพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะบริบทพื้นที่ให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และปรับปรุงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานได้แก่ ถนน ป้ายบอกทาง ระบบสัญญาณการติดต่อสื่อสาร รวมถึงส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มได้รับการฝึกอบรม ศึกษาดูงาน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มโฮมสเตย์อื่น และนำความรู้มาปรับประยุกต์ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน
2. การสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรให้คนในชุมชนตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นและเข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดจนวิถีชีวิต ภูมิปัญญา จะส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์พัฒนาอย่างยั่งยืน
3. ผู้นำกลุ่มที่มีภาวะผู้นำสูง เป็นผู้นำที่มีความอดทนอดกลั้น มุ่งมั่นที่จะพัฒนาชุมชนให้มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ทำให้เกิดความสามัคคีในชุมชน มีขีดความสามารถในการประสาน ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ภายนอกได้ ผู้นำจึงเป็นแรงผลักดันที่สำคัญ ที่ทำให้การจัดการท่องเที่ยวของโฮมสเตย์ประสบความสำเร็จ
4. การสื่อสารประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ ฐานข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและโฮมสเตย์ในจังหวัด การจัดทำป้ายโปสเตอร์ แผ่นพับโฆษณา คู่มือแนะนำโฮมสเตย์ ตลอดจนการสร้างฐานเครือข่ายโฮมสเตย์
5. การกระจายรายได้ให้คนในท้องถิ่นโดยการรวมกลุ่มสร้างผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบในท้องถิ่น การขายสินค้าต่าง ๆ นอกจากอาชีพหลัก เพื่อสร้างงานและรายได้ให้กับคนในชุมชน
6. ความสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่น และขีดความสามารถของทรัพยากร

5. วิธีการดำเนินงานวิจัย

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research) ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน (Planning) ประกอบด้วย 1) คณะผู้วิจัยเข้าพื้นที่และทำความเข้าใจกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ ผู้นำชุมชน และสมาชิกภายในชุมชน ตั้งแต่ช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2561 ถึงการดำเนินโครงการวิจัยในครั้งนี้ 2) การจัดสนทนากลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้าน ผู้ประกอบการ (เช่น โฮมสเตย์และเจ้าของร้านค้าชุมชน) และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ (เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอท่าม่วง องค์การบริหารตำบลท่าม่วง และเทศบาลตำบลท่าม่วง) จำนวน 12 คน ใช้วิธีการสนทนากลุ่มแบบเจาะจง เพื่อระดมความคิดเห็นและให้ข้อมูลบริบทและศักยภาพของชุมชนสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดดงพญาเย็น และ 2) คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) ด้วยการสำรวจพื้นที่และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน โดยศึกษา สำรวจ และประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน และ 3) คณะผู้วิจัยนำข้อมูล

ที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และวิเคราะห์ SWOT เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ด้านความพร้อมและศักยภาพของชุมชนสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี

รูปภาพประกอบ 2

การสัมภาษณ์เชิงลึก สันทนาการกลุ่ม สำรวจพื้นที่และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน



ขั้นตอนที่ 2 การปฏิบัติ (Action) ได้แก่ การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี ซึ่งคณะผู้วิจัยจัด สันทนาการกลุ่มและเวทีเสวนา โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้าน ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี จำนวน 24 คน ใช้วิธีการสนทนากลุ่มอย่างแบบเจาะจง เพื่อวิเคราะห์การดำเนินงานและสรุปบทเรียนการหารูปแบบการแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจ โฮมสเตย์นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี ที่เหมาะสม รวมทั้งการจัดทำโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว สื่อประชาสัมพันธ์ และการเพิ่มทักษะโดยการจัดโครงการอบรมการดำเนินงานด้านกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

รูปภาพประกอบ 3

การจัดสันทนาการกลุ่มและเวทีเสวนาแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์นวัตกรรม: 3



ขั้นตอนที่ 3 การสังเกต (Observation) เป็นการสังเกตการณ์การจัดกิจกรรมสนทนากลุ่มและเวทีเสวนา เพื่อร่วมกันพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี

ขั้นตอนที่ 4 การสะท้อนผล (Reflection) เป็นการนำผลที่ได้จากการสังเกตและการสะท้อนความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมสนทนากลุ่มและเวทีเสวนาสทนากลุ่มและเวทีเสวนา รวมทั้งประเมินผลและประมอดผล การศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี

6. ผลการวิจัย

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี คณะผู้วิจัยได้เรียงลำดับการนำเสนอตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาบริบทและศักยภาพของชุมชนสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบริบทและศักยภาพของชุมชนสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี มีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้นำชุมชนและชาวบ้านหมู่ 10 หรือ เรียกว่า “ชุมชนบ้านท้ายไร่” มีความประสงค์และพร้อมให้ความร่วมมือในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางยุทธศาสตร์ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชุมชน และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในภายในชุมชน โดยมีหน่วยงานจากภาครัฐให้การสนับสนุน เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอท่าม่วง องค์การบริหารส่วนตำบลท่าม่วง เทศบาลตำบลท่าม่วง และมหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

2. ชุมชนบ้านท้ายไร่ หมู่ที่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี มีแหล่งอารยธรรมโบราณที่ควรค่าแก่การศึกษาและอนุรักษ์สืบทอด เช่น วัดไร่ที่ถูกสร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น และเป็นที่ประดิษฐานของรูปหล่อพระศรีอารีย หรือพระศรีอริยมุตไตร นอกจากนี้ภายในวัดไร่ยังมีพิพิธภัณฑที่รวบรวมโบราณวัตถุและศิลปวัตถุท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก

3. ชุมชนบ้านท้ายไร่ หมู่ที่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่น่าสนใจ ทั้งในเรื่องของอาหารและขนมพื้นถิ่นสูตรโบราณ เช่น แกงบอนกะทิ แกงคั่วมะขามเทศ ต้มยำปลาช่อนย่าง ผักบั้งกับสายบัวดองมะขามสด ขนมเต่า (สืบทอดมาจากบรรพบุรุษที่ได้ทำถวายพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าอยู่หัวรัชกาลที่ 5 ในครั้งที่เสด็จประพาสต้นที่วัดไร่) และขนมต้มญวน เป็นต้น

4. ชุมชนบ้านท้ายไร่ หมู่ที่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี มีเรือนไทยโบราณสวยงาม ที่มีชื่อว่า “เรือนหุตะมาน” ซึ่งสร้างเสร็จในเดือน 9 ปีฉลู พ.ศ. 2468 มีคุณกิตติ หุตะมาน ทายาทรุ่นปัจจุบันเป็นเจ้าของ บนเรือนไทยหลังนี้ มีภาพถ่าย เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ และเรื่องราวอันทรงคุณค่าทางประวัติศาสตร์มากมาย ควรค่าแก่การมาเยี่ยมชมและศึกษาอัตลักษณ์และประวัติศาสตร์ของชุมชนบ้านท้ายไร่ ซึ่งคุณกิตติ หุตะมาน และชาวบ้านในชุมชน มีความพร้อมและยินดีเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาเรือนไทยหลังงามนี้ ให้เป็นโฮมสเตย์ที่จะถ่ายทอด

และให้ความรู้ทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตของชุมชนแก่นักท่องเที่ยวทุกคน

การประเมินความพร้อมและศักยภาพของชุมชนสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม คณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค แสดงดังรูปภาพประกอบ 4

รูปภาพประกอบ 4

การวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินความพร้อมและศักยภาพของชุมชน

สำหรับการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ กรณีศึกษา หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไร่)



ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ชุมชนบ้านท้ายไร่ หมู่ที่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี แสดงดังตาราง 1 และ ตาราง 2

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในของการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไร่)

ปัจจัยภายในของการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ชุมชนบ้านท้ายไร่	น้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
S1: ชุมชนมีความเข้มแข็งในการให้ความร่วมมือต่อการเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนและพันธมิตรเครือข่ายโฮมสเตย์	0.15	5	0.75
S2: ชุมชนมีความสามารถและมีความพร้อมในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี วัฒนธรรม และเรื่องราววิถีชีวิตชุมชน	0.10	4	0.40
S3: บ้านหุตะมานเป็นเรือนไทยโบราณที่มีความสวยงาม และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์	0.15	4	0.60
S4: เจ้าของบ้านหุตะมานและชาวบ้านมีมนุษยสัมพันธ์และไมตรีจิตที่ดี รวมทั้งมีความยินดีที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน	0.10	4	0.40

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายในของการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไถ่) (ต่อ)

ปัจจัยภายในของการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ชุมชนบ้านท้ายไถ่	น้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
S5: ค่าที่พักบ้านหุตะมานมีราคาไม่แพง	0.05	3	0.15
S6: ท่าเลที่ตั้งของบ้านหุตะมานอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน	0.05	3	0.15
W1: บ้านหุตะมานยังไม่ได้รับมาตรฐานและยังขาดการจัดการอย่างเป็นระบบ โฮมสเตย์จึงยังไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย	0.10	1	0.10
W2: ชุมชนยังขาดความรู้และความเข้าใจในเชิงวิชาการสำหรับการจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วมในโฮมสเตย์	0.10	2	0.20
W3: ชุมชนขาดการเผยแพร่ข้อมูลเรื่องการท่องเที่ยวภายในชุมชนอย่างต่อเนื่อง	0.15	1	0.15
W4: ชุมชนยังขาดงบประมาณและองค์ความรู้ในการจัดกิจกรรมที่มีส่วนร่วมในโฮมสเตย์	0.05	2	0.10
รวม		1.00	3.00

จากตาราง 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน (IFAS) ของโฮมสเตย์หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไถ่) มีความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจเท่ากับ 3.00

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกของการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไถ่)

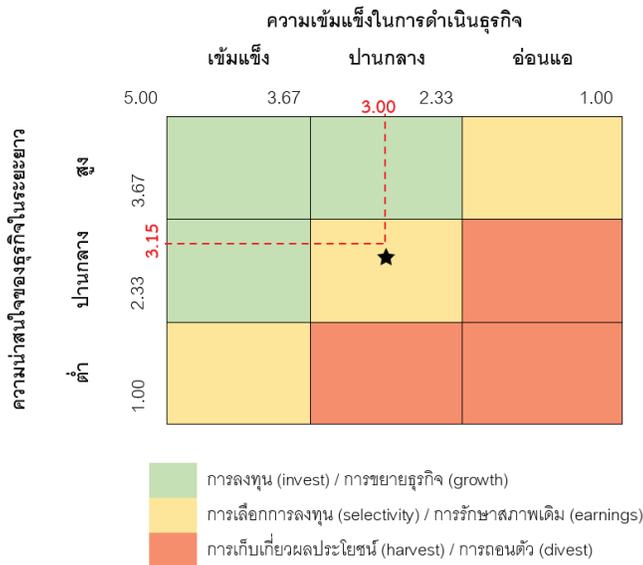
ปัจจัยภายนอกของการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ชุมชนบ้านท้ายไถ่	น้ำหนัก	คะแนน	คะแนนถ่วงน้ำหนัก
O1: รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยเปลี่ยนแปลงไปให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวชุมชนเพิ่มขึ้น	0.25	3	0.75
O2: รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น โครงการ “เที่ยวปันสุขฟื้นฟูการท่องเที่ยวประเทศไทยที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19” และโครงการ “เปิดหมู่บ้าน นวัตกรรมไทยสู่ตลาดโลกต่อยอดแคมเปญนอกเหนือจากเมืองใหญ่”	0.25	5	1.25
T1: นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมที่พักที่ให้บริการที่สะดวกสบายกว่าการพักแบบโฮมสเตย์	0.15	3	0.45
T2: วิกฤติโรคระบาดโควิด-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ	0.20	2	0.40
T3: ขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	0.15	2	0.30
รวม		1.00	3.15

จากตาราง 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (EFAS) ของธุรกิจโฮมสเตย์หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไร่) มีโอกาสทางธุรกิจเท่ากับ 3.15

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ชุมชนบ้านท้ายไร่ หมู่ที่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี คณะผู้วิจัยได้นำผลคะแนนการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไร่) มาวิเคราะห์ความน่าสนใจในการลงทุนด้วย GE Nine Cell Business Portfolio Matrix แสดงดังรูปภาพประกอบ 5

รูปภาพประกอบ 5

การวิเคราะห์ความน่าสนใจในการลงทุนจัดการธุรกิจโฮมสเตย์หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไร่)



จากรูปภาพประกอบ 5 ธุรกิจโฮมสเตย์หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไร่) อยู่ในช่วงการเลือกการลงทุน (selectivity)/การรักษาสภาพเดิม (earnings) ดังนั้น โฮมสเตย์หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไร่) จะต้องใช้จุดแข็งของตนเองในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและกำไร เช่น บ้านหุตะมานเป็นเรือนไทยโบราณที่มีความสวยงาม และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน รวมทั้ง ชุมชนมีความสามารถและมีความพร้อมในการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรม และเรื่องราววิถีชีวิตชุมชน

ตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี

จากการจัดสนทนากลุ่มและเวทีเสวนากับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักและข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลเชิงคุณภาพมาสังเคราะห์และวิเคราะห์เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทาง OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี โดยใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้ 1) การวิเคราะห์ TOWS Matrix และ 2) แบบจำลองรูปแบบธุรกิจ (Business Model Canvas)

1. การวิเคราะห์ TOWS Matrix

คณะผู้วิจัยได้ใช้ TOWS Matrix วิเคราะห์กลยุทธ์เพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทาง OTOP นวัตกรรม: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี ทำให้ได้ 4 กลยุทธ์ที่

สำคัญ ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategy) และ กลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy) แสดงดังรูปภาพประกอบ 6

รูปภาพประกอบ 6

การวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทาง OTOP นวัตกรรม ของชุมชนบ้านท้ายไร่ หมู่ที่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าวุ้ง จังหวัดลพบุรี

		ปัจจัยภายใน (INTERNAL FACTORS)	
		จุดแข็ง (STRENGTHS)	จุดอ่อน (WEAKNESSES)
ปัจจัยภายนอก (EXTERNAL FACTORS)	โอกาส (OPPORTUNITIES) O1. รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวชุมชนเพิ่มขึ้น O2. รัฐบาลมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น โครงการ "เที่ยวเป็นสุข" ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 และโครงการ "เปิดหมู่บ้านนวัตกรรมไทย สู่ตลาดโลก ต่อยอดแม่บ้านนอกเหนือจากเมืองใหญ่"	กลยุทธ์เชิงรุก (SO STRATEGY) กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายพันธมิตร (S1 + O2) กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (S1 + S2 + S3 + S4 + O1 + O2)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO STRATEGY) กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (W1 + W3 + O1) กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) (W1 + O2)
	อุปสรรค (THREATS) T1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีพฤติกรรมใช้บริการที่สะดวกสบายกว่าการพักแบบโฮมสเตย์ T2. วิกฤติโรคระบาดโควิด-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในประเทศ T3. ขาดการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST STRATEGY) กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ (S2 + S3 + S4 + T1 + T2)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT STRATEGY) กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การจัดการฐานข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน (W3 + T3)

1.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO strategy) มีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายพันธมิตร

1) จัดเวทีประชุมร่วมกันกับผู้นำชุมชน ชาวบ้าน และรวมทั้งเจ้าหน้าที่ภาครัฐเพื่อร่วมกัน

วางแผนและบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทาง OTOP นวัตกรรม รวมทั้งการสร้างเครือข่ายพันธมิตรและการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายของแหล่งท่องเที่ยวภายนอกและภายในท้องถิ่น โดยเฉพาะทั้ง 13 หมู่บ้าน เช่นการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเขาสมอคอน 1 วัน พานักท่องเที่ยวขึ้นรถอีแต่นหรือขี่จักรยานชมความสวยงามของธรรมชาติ ป่าเขา ถ้ำ สวนสมุนไพร ตลาดชุมชน และไหว้พระวัดต่าง ๆ รวมทั้งการเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน การซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นของฝากหรือของที่ระลึก เป็นต้น

2) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ

รวมทั้งสถาบันการศึกษา เพื่อจัดกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาทักษะการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนของผู้นำชุมชนและชาวบ้าน เช่น โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน หรือการเป็นที่เลี้ยงให้คำแนะนำปรึกษาทั้งในเชิงวิชาการและการปฏิบัติการ

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน

1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความยั่งยืน (Sustainable management) เช่น การดูแล

รักษาและอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในชุมชน ให้มีสวยงาม สะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในการเข้ามาเยี่ยมชม

2) การจัดการผลกระทบต่อสังคม (Socioeconomic impacts) เช่น การจัดระบบการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทุก ๆ ภาคส่วน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน/สาธารณูปโภคของชุมชน (เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา และระบบการรักษาความปลอดภัยภายในชุมชน เป็นต้น)

3) การจัดการผลกระทบต่อวัฒนธรรมของชุมชน (Cultural impacts) เช่น การเผยแพร่ความรู้ และข้อมูลเกี่ยวกับประเพณี วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวนั้นมีจิตสำนึก และมีส่วนร่วมอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น

4) การจัดการผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental impacts) เช่น มาตรการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ระบบการจัดการขยะหรือของเสีย และการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม

5) การบูรณาการรูปแบบการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในชุมชน เช่น การออกแบบจัดเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวของชุมชนที่นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ทั้งเชิงวัฒนธรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง

6) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เพื่อสร้างรายได้และกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้แก่คนในชุมชน

1.2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO strategy) มีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์

1) จัดทำสื่อและช่องทางการประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ นักเล่าเรื่องชุมชน หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการให้บริการของโฮมสเตย์ และข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน

2) จัดทำคู่มือการท่องเที่ยวชุมชน โดยนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งระเบียบข้อกำหนด และข้อปฏิบัติในการท่องเที่ยวชุมชน

3) จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวชุมชนที่แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะกิจกรรมการเรียนรู้ กิจกรรมการท่องเที่ยว และเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน

4) จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนที่เหมาะสมกับฤดูกาลและความต้องการของนักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA))

สนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชน เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ยานพาหนะ และโฮมสเตย์ เข้าร่วมโครงการมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย หรือ Amazing Thailand Safety & Health Administration (SHA) ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) โดยสร้างความมั่นใจในการเดินทางท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านความปลอดภัยด้านสุขอนามัยของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

1.3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST strategy) มีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์การสร้างการรับรู้

การสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยว (Tourism experience for visitors) ให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยการออกแบบประสบการณ์ (Experience Design หรือ XD) โดยมุ่งเน้นการได้สัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ และนำไปสู่การจดจำความประทับใจ การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมชุมชน และการกลับมาเยี่ยมชมซ้ำ

1.4 กลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy) มีรายละเอียดดังนี้

กลยุทธ์การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน

- 1) จัดทำฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนและชุมชนใกล้เคียง
- 2) จัดทำระบบการจัดการฐานข้อมูลโฮมสเตย์ เช่น อาชีพหลักของเจ้าของโฮมสเตย์ จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนห้องและขนาดของห้องที่สามารถรับรองนักท่องเที่ยวได้ เป็นต้น
- 3) จัดทำระบบฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น ระยะเวลาการเข้าพัก จำนวนนักท่องเที่ยว และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจ เป็นต้น
- 4) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนต่าง ๆ รวมทั้งสถาบันการศึกษา เพื่อช่วยเหลือ แนะนำ และสนับสนุนการจัดทำระบบฐานข้อมูลออนไลน์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านท้ายไถ่ และชุมชนอื่น ๆ ใกล้เคียง

2. แบบจำลองรูปแบบธุรกิจ (Business Model Canvas)

คณะผู้วิจัยใช้แบบจำลองรูปแบบธุรกิจ (Business Model Canvas) วิเคราะห์ภาพรวมของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี แสดงดังรูปภาพประกอบ 7

รูปภาพประกอบ 7

แบบจำลองรูปแบบธุรกิจรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์หมู่ 10 (ชุมชนบ้านท้ายไถ่)

KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITION	CUSTOMER RELATIONSHIP	CUSTOMER SEGMENTS
1) แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดลพบุรี เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น 2) กลุ่ม/วิสาหกิจชุมชน ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าต่าง ๆ 3) เพจรีวิวการท่องเที่ยวบล็อกเกอร์ และเว็บไซต์การท่องเที่ยว 4) หน่วยงานภาครัฐ เช่น เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) 5) คนในชุมชนที่ให้ความร่วมมือ เป็นเพื่อนบ้านที่ดีสำหรับการทำธุรกิจโฮมสเตย์	1) ใส่บาตรพระตอนเช้าบริเวณที่พัก 2) เที่ยวชมวัดพร้อมทำบุญวัดที่มีความสำคัญภายในชุมชน เช่น วัดไถ่ วัดเขาสมอคอน และวัดบันไดสามเสน 3) รับประทานอาหารพื้นถิ่น เช่น ปลาข้าวทรงเครื่อง แกงเพ็ญแกงบอน เป็นต้น 4) เรียนรู้การทำขนมพื้นบ้านโบราณ เช่น ขนมต้มญวน ขนมเต่า เป็นต้น 5) เรียนรู้การทำผลิตภัณฑ์ของเล่นท้องถิ่น เช่น หมี่ละตึก 6) เรียนรู้สมุนไพรท้องถิ่นโบราณของกลุ่มสมุนไพรบ้านพรวนแหล่งกำเนิดต้นสมุนไพรเขาสมอคอน KEY RESOURCES 1) ทักษะทางกายภาพ การให้ความสะดวกสบายในการพักอาศัย เช่น การมีบริการที่พัก อาหารที่ถูกสุขลักษณะ และความปลอดภัยในการพักอาศัย 2) ทักษะการทางภูมิปัญญาของชุมชน เช่น แหล่งเรียนรู้ แหล่งท่องเที่ยว กลุ่มอาชีพต่าง ๆ ภายในชุมชน 3) ทักษะบุคคล คือ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์	1) ด้านที่พัก มุ่งเน้นที่ความสะอาด ความเป็นกันเอง เรียบง่าย มีความเป็นวิถีชุมชน บรรยากาศเหมือนพักบ้านตนเอง มีที่นอนและเครื่องอำนวยความสะดวกในการเข้าพักที่ถูกสุขลักษณะ 2) ด้านบริการอาหาร เป็นอาหารที่ปรุงจากคนในชุมชนและเป็นอาหารที่เป็นอาหารพื้นถิ่นซึ่งวัตถุดิบส่วนใหญ่มาจากท้องถิ่นเน้นอาหารที่ปรุงแบบเรียบง่าย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงรสชาติอาหารประจำท้องถิ่น และยังมุ่งเน้นให้อาหารต้องสะอาด ถูกสุขลักษณะในการปรุง 3) ด้านภาพลักษณ์ของการบริการ การให้ความเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยวเสมือนคนในครอบครัว มีการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี เรื่องเล่าภายในชุมชน มีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นมีการให้บริการที่เปี่ยมด้วยความเต็มใจ มีน้ำใจ และฮอตอัปในตรี 4) ด้านความปลอดภัย มีการรักษาความปลอดภัยทั้งด้านร่างกายและทรัพย์สินตลอดเวลาที่พัก 5) ด้านความสะดวกในการเข้าถึงโฮมสเตย์ โดยมีสื่อในการเผยแพร่ที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ แผ่นพับ และสื่อแบบปากต่อปาก	ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ได้สร้างสัมพันธ์ภาพและความเป็นมิตรที่ดีต่อกัน ด้วยการสร้างมาตรฐานในการให้บริการทั้งทางด้านที่พักและการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ความต้องการและความพึงพอใจของผู้เข้าพักเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาต้นแบบโฮมสเตย์ของชุมชนต่อไป CHANNELS ช่องทางการสื่อสารผ่านทาง ทวิตเตอร์ เฟสบุ๊ค อินสตาแกรม และบริการสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ และบนแอปพลิเคชันต่าง ๆ	1) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
COST STRUCTURE 1) ต้นทุนค่าดูแลและความสะอาดที่พัก เช่น ค่าซักรีดผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ผ้าห่ม และปลอกผ้าห่ม 2) ต้นทุนกิจกรรม เช่น ค่าอาหารตักบาตรเช้า ค่าทำขนม-อาหารพื้นถิ่นประจำชุมชน 3) ต้นทุนในการดำเนินงาน เช่น ค่าอาหารเช้า อาหารว่าง อาหารเย็น และเครื่องดื่ม		REVENUE STREAM(S) รายได้ของธุรกิจมาจากการให้บริการที่พัก ค่าเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน การจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากชุมชน		

7. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการเมืองมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตวิถี: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี มีประเด็นนำมาอภิปรายผลดังนี้

การพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรมที่:
กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี จากผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการ
ธุรกิจโฮมสเตย์ที่เหมาะสมสำหรับ หมู่ที่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์
ได้แก่

1. กลยุทธ์เชิงรุก ซึ่งประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่

1.1 กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมและสร้างเครือข่ายพันธมิตร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกุลวดี
ละม้ายเงิน (2562) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาหมู่บ้านโฮมสเตย์บนฐานแนวคิดประชารัฐเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
โดยชุมชน อย่างยั่งยืน: ชุมชนสีทวน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี โดยผลการวิจัยพบว่า หนึ่งในแนวทางการ
พัฒนาหมู่บ้านโฮมสเตย์บนฐานแนวคิดประชารัฐเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชนสีทวน อำเภอ
เชียงใน จังหวัดอุบลราชธานีให้ประสบความสำเร็จ ได้แก่ การมีส่วนร่วมของภาคที่เกี่ยวข้อง โดยภาคเหล่านั้นจะมีส่วน
ร่วมในการให้ข้อมูลแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมทั้งได้มีส่วนร่วมในการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และอาหาร
ประจำท้องถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงคำแนะนำในการพัฒนาปรับปรุงบ้านพักโฮมสเตย์ให้ดียิ่งขึ้น และช่วยคิดช่วย
ทำกิจกรรมในโฮมสเตย์หรือการท่องเที่ยวในชุมชน และสอดคล้องกับกรมส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวชุมชน
(2562) ซึ่งได้อธิบายภาคที่สำคัญของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ภาคที่เป็นชุมชน คือ คนใน
ชุมชน 2) ภาคที่เป็นหน่วยงานจากภาครัฐ คือ บุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3)
ภาคที่เป็นหน่วยงานภาคเอกชน คือ คนจากภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว 4) ภาคที่เป็นองค์กรอิสระที่
ขับเคลื่อนเชื่อมโยงเรื่องการท่องเที่ยว และ 5) ภาคที่เป็นสถาบันการศึกษาหรือภาควิชาการ เช่น นักวิจัย

1.2 กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกรัตน์ ดวงพิกุล, และจารุนันท์
เมธะพันธ์ (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องโฮมสเตย์กับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน ซึ่งผลการวิจัย
พบว่า การพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อมของสถานที่และกิจกรรมต่าง ๆ
โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย การหาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชน หรือพัฒนา
รูปแบบการท่องเที่ยวเฉพาะบริบทพื้นที่ให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และปรับปรุงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ถนน
ป้ายบอกทาง ระบบสัญญาณการติดต่อสื่อสาร รวมถึงการส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มได้รับการฝึกฝนอบรม ศึกษางาน มี
การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มชุมชนอื่น ๆ โดยเฉพาะการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ และนำความรู้มาปรับประยุกต์
ให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่

2.1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของชลิดา รินทร์พรหม, เปรมฤดี ชลังวิเชียร, และ
พิธาน พงศ์นุรักษ์ (2550) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความยั่งยืนของโฮมสเตย์ในอีสานใต้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า
รูปแบบการพัฒนาของโฮมสเตย์ที่ยั่งยืนในอีสานใต้ ด้านการประชาสัมพันธ์ ต้องมีการดำเนินการดังนี้ 1) โฮมสเตย์ต้อง
ขึ้นทะเบียนต่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2) ต้องจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์
อย่างมีคุณภาพ และมีจำนวนเพียงพอ 3) ต้องจัดทำเว็บไซต์เพื่อการตลาด การประชาสัมพันธ์และการพัฒนาเครือข่าย
4) ต้องมีกิจกรรมออกงานในงานที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 5) ต้องจัดทำป้ายบอกทางอย่างชัดเจน มีจำนวน
เพียงพอและอยู่ในสภาพดี และ 6) คนในชุมชนต้องพัฒนาทักษะการสื่อสารระหว่างบุคคลและสื่อสารในกลุ่มเพื่อ
ประโยชน์ด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการดำเนินงานต่าง ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของกานต์ชนก
ดาบสมเด็จ (2559) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการโฮมสเตย์ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา
ชุมชนผู้ไทยบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แนวทางการบริหารจัดการโฮมสเตย์ตาม

แนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้านส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์นั้น ผู้ประกอบการควรสร้างเว็บไซต์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการรองรับการท่องเที่ยวอาเซียนและสากล เนื่องจากการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันทำได้ง่ายและสะดวกรวดเร็ว โดยในเว็บไซต์ควรระบุข้อมูล กิจกรรมการท่องเที่ยว รายละเอียดค่าใช้จ่าย การติดต่อ ที่เป็นปัจจุบัน รวมทั้งควรมีการสร้างเครือข่ายและเส้นทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นในจังหวัดกาฬสินธุ์และจังหวัดใกล้เคียง

2.2 กลยุทธ์มาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย สอดคล้องกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563) ที่จัดโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัย จากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยนำมาตราความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัส COVID-19 และยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของไทย

3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างการรับรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิศาตร์น แสงแข และ วรวิทย์ สุเมธ (2562) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำ: กรณีศึกษาชุมชนริมน้ำจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อปัจจัยประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว โดยตัวแปรที่รับอิทธิพลมากที่สุดหรือมีความสำคัญมากที่สุดของปัจจัยประสบการณ์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ได้แก่ ประสบการณ์ด้านกิจกรรมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมพื้นถิ่น ด้านร่องรอยสถาปัตยกรรม และด้านสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยวตามลำดับ

4. กลยุทธ์เชิงรับ ได้แก่ การจัดทำฐานข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุจิตรา วสุวัต และฤทัยภัทร พิมลศรี (2563) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการโฮมสเตย์เพื่อสุขภาวะชุมชนบ้านใช้หมู่บ้านเกษตรวิถีพุทธ จังหวัดพะเยา ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการโฮมสเตย์เพื่อสุขภาวะชุมชนบ้านใช้หมู่บ้านเกษตรวิถีพุทธ จังหวัดพะเยา ให้ประสบความสำเร็จ ในด้านการจัดการข้อมูลการท่องเที่ยวชุมชน มีดังนี้

- 1) ต้องพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการบริการให้แก่พนักงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพการบริการให้ได้มาตรฐาน ตลอดจนสนับสนุนให้มีการจัดเก็บข้อมูลด้านการบริการ
- 2) มีการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักทั้งปี เพื่อจะได้วางแผนการให้บริการ โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน
- 3) มีการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน
- 3) จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ และกระจายกิจกรรมต่าง ๆ อย่างทั่วถึง และ
- 4) ดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมพัฒนาสถานที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้ชุมชน

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุน ให้คำปรึกษาแนะนำ และเป็นพี่เลี้ยงให้แก่ผู้ประกอบการบ้านหุตะมาน โฮมสเตย์ให้ผ่านการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย หรือมาตรฐานด้านสุขอนามัย (Amazing Thailand Safety & Health Administration หรือ SHA) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยววิถีใหม่

2) หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนด้านวิชาการให้แก่ชุมชนบ้านท้ายโถง โดยเฉพาะการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหรือศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตาม

แนวทาง OTOP นวัตกรรมดี เช่น อบรมการเป็นนักร้องเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว หรือการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นต้น

3) หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องของควรส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายพันธมิตรให้แก่ชุมชนบ้านท้ายไถ่ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลเชิงลึกของแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

8.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาวิจัยความต้องการหรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ตามแนวทางการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรมดี: กรณีศึกษา หมู่ 10 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารจัดการธุรกิจโฮมสเตย์ให้ดียิ่งขึ้น

2) ควรมีการศึกษาความคาดหวังหรือผลที่ได้รับจากการที่คนในชุมชนมีส่วนร่วมพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวทาง OTOP นวัตกรรมดี เพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในการพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กนกรัตน์ ดวงพิบูล และจารุพันธ์ เมธะพันธ์. (2561). โฮมสเตย์กับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน.

วารสารบัณฑิตวิจัย, 9(1), 217 - 234.

กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). *คู่มือบริหารโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรมดี*. ค้นเมื่อ 10 มกราคม 2563, จาก

<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER3/DRAWER051/GENERAL/DATA0000/00000042.PDF>.

กรมส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน. (2562). *คู่มือพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวชุมชน*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA)*. ค้นเมื่อ 13

เมษายน 2564, จาก https://thailandsha.tourismthailand.org/about_us.

กานต์ชนก ดาบสมเด็จ. (2559). การบริหารจัดการโฮมสเตย์ตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา ชุมชน

ผู้ไทยบ้านโพธิ์ อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารวิถีสังคมมนุษย์*, 4(2), 310 - 327.

กิตติ หุตะมาน. นักพัฒนาชุมชนชำนาญการ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาสมอคอน จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.

7 กันยายน 2561.

กุลวดี ละม้ายเงิน. (2562). การพัฒนาหมู่บ้านโฮมสเตย์บนฐานแนวคิดประชารัฐเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

อย่างยั่งยืน: ชุมชนชีทวน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 10(1), 1 - 11.

ชลิดา รินทร์พรหม, เปรมฤดี ชลังวิเชียร, และพิธาน พงศ์นุรักษ์. (2550). *รายงานวิจัยเรื่อง การศึกษาความยั่งยืนของ*

โฮมสเตย์ในอีสานใต้. นครราชสีมา: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ทิตยารัตน์ ยอดเมือง. ผู้ทรงคุณวุฒิ ชมรมคนรักวัดไถ่ ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์.

7 กันยายน 2561.

ไทยโพสต์.(2562).ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี. ค้นเมื่อ 10 เมษายน 2563, จาก

<https://www.thaipost.net/main/detail/27014>.

นิศารัตน์ แสงแข และวรัรักษ์ สุเสมอ. (2562). ปัจจัยการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวชุมชนริมน้ำ: กรณีศึกษาชุมชน
ริมน้ำจันทบูร จังหวัดจันทบุรี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(3), 309 - 324.

บุญยศกฤษฏ์ อนุสรณ์. (2557). ยล เยี่ยม เยือน หย้า: แนวคิดและทฤษฎีว่าด้วยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.

พิษณุโลก: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ไพศาล ก้อนทอง. พัฒนาการอำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์. 7 กันยายน 2561.

วันเพ็ญ อิมภ. ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 5 ตำบลเขาสมอคอน อำเภอท่าม่วง จังหวัดลพบุรี. สัมภาษณ์. 7 กันยายน 2561

สุจิตรา วสุวัต และฤทัยภัทร พิมพ์ศรี. (2563). กลยุทธ์การบริหารจัดการโฮมสเตย์เพื่อสุขภาวะชุมชนบ้านใช้ หมู่บ้าน

เกษตรวิถีพุทธ จังหวัดพะเยา. วารสารสิรินธรปริทรรศน์, 21(1), 118 - 127.