

แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิต ของชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ธัญวรัตน์ สิทธิวิชัย^{1*}, เนรมิต สุมนัส¹, วราภรณ์ ไสยจิตต์¹ และนิลุบล คงเปรม²

¹สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม

²อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม

*ผู้รับผิดชอบบทความ: pramzaclub1998@gmail.com

บทคัดย่อ

ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) บริบทวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (2) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส (SWOT Analysis) ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และ(3) วิเคราะห์แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชนกรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยสัมภาษณ์เชิงลึก กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ 2) คนในพื้นที่ และ3) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังชุมชนตลาดน้ำอัมพวา รวมจำนวนทั้งสิ้น 28 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาตามประเด็น และนำผลที่ได้มานำเสนอแบบอธิบายและเรียงตามประเด็นที่ศึกษาและวัตถุประสงค์การวิจัย

คำสำคัญ: การพัฒนารูปแบบการบริการ (Development of Service Models)/ ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ (Homestay Entrepreneurs)/ วิถีชีวิตชุมชน (Way of Life in the Community)/ ตลาดน้ำอัมพวา (Amphawa Floating Market)

THE GUIDELINES FOR HOMESTAY ENTREPRENEURS SERVICE MODELS DEVELOPMENT
TO CONNECT THE WAY OF LIFE IN THE COMMUNITY:
A CASE STUDY OF AMPHAWA FLOATING MARKET, AMPHAWA DISTRICT,
SAMUT SONGKHRAM PROVINCE.

Thanavarat Shitthiwichai^{1*}, Nearamit Sumanat¹, Varaporn Saiyachit¹ and Nilubon Kongprem²

¹ Tourism and Hotel Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University, Nakhon Pathom

² Lecturer of Tourism and Hotel Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Nakhon Pathom Rajabhat University, Nakhon Pathom

* corresponding author: pramzaclub1998@gmail.com

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study community's way of life in the Amphawa Floating Market, Amphawa District, Samut Songkhram Province. 2) to analyse the strength, the weakness, the opportunity and the treat (SWOT Analysis) of Amphawa Floating Market community in Amphawa District, Samut Songkhram Province. 3) to analyze the model for developing a service model of homestay business operators to associate the community's way of life. The case study of Amphawa Floating Market, Amphawa District, Samut Songkhram Province was a qualitative research using in-depth interviews. There were 3 groups of people involved in the way of life within the Amphawa floating market community: 1) homestay business operators, 2) local people and 3) tourists who came to Amphawa water market community, with a total of 28 people interviewed. Secondary and primary data collection was used in this research. The research instruments were in-depth interviews for data analysis. The researcher used the interview questionnaire that was obtained to analyze the content according to the issues. The results were then presented by describing the study issues and explaining the research objectives.

Keywords: Keyword: the development of service model/ homestay Entrepreneurs/ the community's way of life/ The Amphawa Floating Market

1. บทนำ

ในปัจจุบันภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวไปตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สัมผัสวิถีชีวิตของชุมชน ประเพณี ศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สัมผัสวิถีชีวิตอย่างแท้จริง รวมไปถึงการที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำร่วมกับคนชุมชนท้องถิ่น สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านหรือคนในชุมชนท้องถิ่น มากกว่าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อมาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวสามารถแสดงให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ทำให้สอดคล้องของความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยสามารถร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

โฮมสเตย์ หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวได้เข้ามาใช้ชีวิตและสัมผัสประสบการณ์กับเจ้าของบ้าน พักกับเจ้าของบ้าน โดยที่กิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมในชีวิตประจำวันของเจ้าของบ้าน หรือเจ้าของโฮมสเตย์ที่ปฏิบัติอยู่การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในการเรียนรู้ ปฏิบัติตาม และร่วมกิจกรรมกับครอบครัวของโฮมสเตย์ หรือเจ้าของบ้าน ถือเป็นจุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยมีการจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสม 1 การจัดทำโฮมสเตย์หรือที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ต้องมองในหลายมิติ โดยพิจารณาตามวิถีชีวิตที่แตกต่างกันของชุมชนนั้น ๆ ต้องมองว่าบ้านไม่ใช่แค่ที่พัก ต้องประกอบไปด้วย “คนและจิตวิญญาณของชุมชน” การส่งเสริมและพัฒนาจะต้องส่งเสริมให้ชุมชน มีความพร้อมก่อน มีจุดยืนที่ชัดเจน มีวิถีชีวิต วัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และเต็มใจที่จะต้อนรับผู้มาเยือน โดยต้องมีการพัฒนาและอนุรักษ์ด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคม ชุมชน และจิตวิญญาณไปในเวลาเดียวกัน 2 อีกรูปแบบหนึ่งที่นิยมในต่างประเทศ และใช้คำว่า Homestay เช่นกัน (สำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยว, 2558)

การท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดน้ำในปัจจุบันนั้นมีด้วยกันหลายแห่ง และเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในปัจจุบัน โดยปกติตลาดน้ำจะมีการเปิดให้บริการในเวลากลางวัน ทำให้ตลาดน้ำแห่งหนึ่งได้มีการให้บริการในช่วงเวลาเย็นจนถึงพลบค่ำ โดยภายในชุมชนนั้นจัดขึ้นในวันศุกร์ – วันอาทิตย์เท่านั้น ซึ่งวันศุกร์นั้นทำการเปิดตั้งแต่เวลา 15.00-22.00 น. และสำหรับวันเสาร์นั้นเปิดบริการตั้งแต่ 12.00-22.00 น. ทำให้ชุมชนแห่งนี้เป็ตลาดน้ำยามเย็นที่ตั้งอยู่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม หรือที่เรียกว่า “ตลาดน้ำอัมพวา” ปัจจุบันนั้นทำให้การท่องเที่ยวรูปแบบนี้เป็นที่น่ายินดีแก่นักท่องเที่ยวทั้งจังหวัดสมุทรสงครามเองรวมถึงจังหวัดอื่น ๆ หรือใกล้เคียง เพราะจังหวัดสมุทรสงครามนั้น เป็นจังหวัดที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก ชุมชนอัมพวามีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งยังมีที่พัก และสถานที่ประกอบการเกี่ยวกับอาหารมากมาย ไว้เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวประกอบกับชุมชนอัมพวา เป็นชุมชนเล็ก ๆ ที่ตั้งอยู่ริมน้ำ และมีประวัติศาสตร์ที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ทำให้ลบลือนไปบ้างแล้วตามกาลเวลาในปัจจุบัน แต่ผู้คนภายในตลาดน้ำอัมพวาก็ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ที่แสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนอัมพวา และชุมชนยังพยายามรักษาสภาพเดิมไว้ให้ได้มากที่สุด ได้แก่ สถาปัตยกรรมแบบบ้านเรือนบรรยากาศ ขนานไปกับริมน้ำทั้งสองฝั่งนั้นควบคู่ไปกับการค้าขาย และการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายพร้อม ๆ ไปกับการรักษาศิลปวัฒนธรรมต่าง ๆ ของชุมชนให้เห็นอย่างชัดเจน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาต่อเนื่องนั่นเอง (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสมุทรสงคราม, (ออนไลน์).

จากสาเหตุที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ คณะผู้วิจัยจึงทำการศึกษาวิจัยในประเด็น “แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” ซึ่งเป็นบริเวณที่มีผู้คนมาท่องเที่ยวมากมาย เช่น ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา แต่ในพื้นที่ของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ในชุมชนนี้ไม่มีกิจกรรมหรือการเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของชุมชน ดังนั้นผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อเป็นการส่งเสริมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการให้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของชุมชนให้แก่ักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

จุดหมายของวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบท วิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2 เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาส (SWOT Analysis) ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
3. เพื่อวิเคราะห์แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชนกรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่

จำนวน 3 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ชุมชนวัดอัมพวัน และชุมชนคลองอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2. ขอบเขตประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเฉพาะเจาะจงซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการศึกษาในครั้งนี้ รวมทั้งสิ้น 29 ท่าน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ จำนวน 5 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 4 คน

กลุ่มที่ 3 กลุ่มนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 20 คน

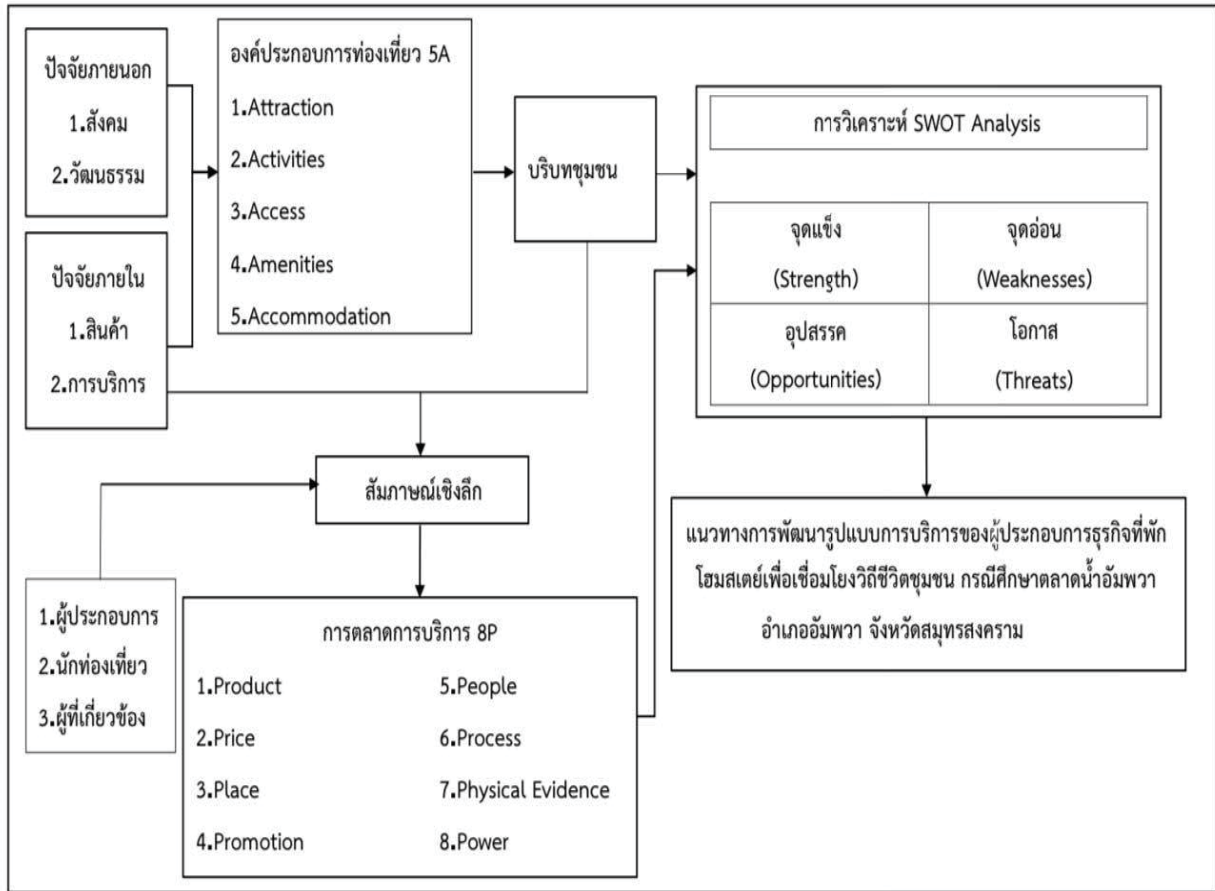
3. ขอบเขตด้านเนื้อหา

- การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องบริบท และวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

- การวิเคราะห์ SWOT Analysis

- แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชน ภูมิศาสตร์ตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

กรอบแนวคิดการวิจัย



เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2546), บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) และวันทิกา หิรัญเทศ (2556) ได้กล่าวไปในทิศทางเดียวกันดังนี้ การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางแบบชั่วคราวจากสถานที่หนึ่งไปอีกสถานที่หนึ่งและเดินทางกลับไป สถานที่อาศัยอยู่เดิม ดังนั้น ความหมายของการท่องเที่ยวคือการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยววัน ๆ

2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (2540), Potjana SuanSri (2003) และ Sin Sarobon & Udon Wongtabtim (2003) ได้กล่าวไปใน ทิศทางเดียวกันดังนี้ การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนของชุมชน สังคม และวัฒนธรรม โดยชุมชนเป็นผู้จัดการหลักในการพัฒนาในพื้นที่ของชุมชน และกำหนดทิศทางในการดำเนินกิจกรรมอย่างครอบคลุม ได้แก่ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ภายใต้กระบวนการส่งเสริมการเรียนรู้ในการบริหารจัดการ การกระจายอำนาจการตัดสินใจเป็นสำคัญของการจัดการในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนได้

3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโฮมสเตย์

ซูวิทย์ ศิริเวชกุล (2554), นักรบ ระวีการณ (2545) และณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์ (2545) ได้กล่าวไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้ว่า โฮมสเตย์ หมายถึง บ้านพักที่อยู่ในชุมชนที่นักท่องเที่ยวสามารถพักร่วมกับเจ้าของบ้านเดียวกันซึ่งสมาชิกในบ้านมีความยินดีและต้อนรับนักท่องเที่ยวเพื่อถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมทั้งเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของพื้นที่ชุมชน

4) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

Antocic, B. & Hisrich,R.D. (2000) และฟูสตี รุมาคม (2540) ได้กล่าวไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่ริเริ่มในการทำธุรกิจ โดยมีความเชื่อมั่นในตัวเองที่จะปฏิบัติตามความคิดหรือเป้าหมายของผู้ประกอบการ ด้วยความกล้าเสี่ยง แสวงหาโอกาสทางธุรกิจ และเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารธุรกิจ จัดหาทุนและทรัพยากรในการดำเนินการ และทั้งยอมรับผลความเสี่ยงที่อาจเกิดได้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อผลกำไรและความพอใจ

5) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 8P

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552), ฉัตยาพร เสมอใจ (2550) และสุพรรณิ อินทร์แก้ว (2553) บุคคลที่กล่าวถึงนี้ได้ให้ความหมายของ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 8P ไปในทิศทางเดียวกันดังนี้ ปัจจัยทางการตลาดที่บริษัทได้ทำขึ้นประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมทางการตลาด ซึ่งสามารถสร้างความพอใจให้กับผู้ใช้บริการ

6) แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis)

นันทิยา หุตานูวัตร และณรงค์ หุตานูวัตร (2543), Albert Humphrey (1960) และสมยศ นาวิการ (2551) บุคคลที่กล่าวถึงนี้ได้ให้ความหมายของ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ไปในทิศทางเดียวกันดังนี้ ความหมาย SWOT Analysis หมายถึง การวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่ทางองค์กรได้พัฒนาไปในทิศทางเดียวกันและนำไปพัฒนาศักยภาพขององค์กร โดยใช้ปัจจัยต่าง ๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เพื่อเป็นการกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาและดำเนินการกลยุทธ์ขององค์กรได้ในระดับที่เหมาะสมต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1) กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายโดยการเลือก กลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชนกรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม คือ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์, ประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน ซึ่งมีทั้งหมด 29 คน

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้แบบสอบถามเชิงลึก (In-depth interviews) โดยประเด็นคำถามเป็นข้อคำถามแบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) กลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยเลือกใช้เป็นกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

3) ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาบริบทพื้นที่ของชุมชนผ่านเอกสารและเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้องจากหลากหลายแหล่งการศึกษา ประกอบไปด้วยขั้นตอนการรวบรวมเอกสาร การคัดเลือกเอกสาร การวิเคราะห์เอกสาร เพื่อนำไปใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่ปักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชน

ขั้นตอนที่ 3 สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก นำแบบสัมภาษณ์ที่ทางผู้จัดทำได้ทำเสร็จแล้วนำเสนอต่อ อาจารย์ผู้ตรวจความเที่ยงตรงแบบสอบสัมภาษณ์ IOC พร้อมทั้งเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์นิลุบล คงเปรม เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องของโครงสร้าง คำถาม การใช้ภาษา ความครอบคลุมถึงเนื้อหาสาระ และการให้คำแนะนำการแก้ไขปัญหา ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบสัมภาษณ์ที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 นำไปสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ตามกลุ่มเป้าหมายที่ได้วางไว้เป็นจำนวน 29 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่ปักโฮมสเตย์ จำนวน 5 ท่าน คนในพื้นที่ จำนวน 4 ท่าน และนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 20 ท่าน

ขั้นตอนที่ 5 เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยการนำข้อมูลบริบทชุมชนตลาดน้ำอัมพวามาจัดเรียงให้เป็นหมวดหมู่ตีความเนื้อหาที่ได้รับนำมาแปลเป็นผลสรุปเพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา เพื่อพัฒนาการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่ปักโฮมสเตย์ให้สามารถเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชนที่สามารถนำไปใช้ในแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่ปักโฮมสเตย์ เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ขั้นตอนที่ 6 วิเคราะห์แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่ปักโฮมสเตย์ เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เนื้อหาพร้อมกำหนดแนวทางการบริการของผู้ประกอบการ

ขั้นตอนที่ 7 นำเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่ปักโฮมสเตย์ เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ได้ให้อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์นิลุบล คงเปรม ตรวจสอบเนื้อหาและความถูกต้องพร้อมข้อเสนอแนะและการให้คำแนะนำการแก้ไขปรับปรุง

ขั้นตอนที่ 8 นำแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่ปักโฮมสเตย์ เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม นำไปเผยแพร่และเป็นแนวทางของผู้ประกอบการธุรกิจที่ปักโฮมสเตย์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้กิจกรรมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาด้วยตนเอง

4) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) และการสังเกต จะถูกนำมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูล สัมภาษณ์เพื่อให้ข้อมูลเป็นไปตามประเด็นศึกษา

ผลการวิจัย

1. บริบท วิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

จากการศึกษาพบว่า ชุมชนอัมพวาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชน รวมพื้นที่ 3 ตำบล ประกอบไปด้วย ตำบลอัมพวา ตำบลบางคนที และตำบลบางกะพ้อม มีการประสานงานและแบ่งหน้าที่รับผิดชอบกันทั้ง 3 ตำบล และมีพื้นที่ทั้งหมด 170,164 ตารางกิโลเมตร “ชุมชนอัมพวา” เป็นพื้นที่เกษตรขั้นดีและยังเป็นแหล่งปลูกมะพร้าวและลิ้นจี่แต่ดั้งเดิม โดยรวมของพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่ม คลอง และมีแม่น้ำไหลผ่าน ได้แก่แม่น้ำแม่กลอง มีดินที่อุดมสมบูรณ์เหมาะสมแก่การเพาะปลูกทำการเกษตรเป็นอย่างมาก จะมีคลองขนาดเล็กและขนาดใหญ่ตลอดเส้นทาง ประชากรจึงได้ทำการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ พื้นที่ในชุมชนอัมพวาแต่เดิมเป็นใช้ชื่ออำเภอว่า “บางช้าง” ซึ่งสอดคล้องจากเว็บไซต์ (www.facebook.com สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2563) เป็นพื้นที่ราบลุ่มที่ติดกับแม่น้ำ ที่มีประชากรอาศัยอยู่ภายในชุมชน แต่หลังจากการอพยพของชุมชนได้ย้ายข้ามไปอีกฝั่งของอัมพวาเพื่อตั้งถิ่นฐานใหม่ จนทำให้ปัจจุบันได้มีการพัฒนาเศรษฐกิจให้ดีขึ้น ต่อมาได้มีการค้าขาย ทำเกษตรกรรม สวนมะพร้าว และสวนผลไม้ เช่น ลิ้นจี่ มะม่วง เป็นต้น ทำให้คนในชุมชนอัมพวาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนอัมพวา มีการใช้ชีวิตที่พึ่งพาธรรมชาติเป็นหลัก โดยมีแม่น้ำแม่กลอง และลำคลองไหลผ่าน เป็นแม่น้ำสายหลักของชุมชน

2. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เป็นการวิเคราะห์โดยการสำรวจสภาพแวดล้อมทั้ง 2 ด้านทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งปัจจัยภายในของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา มีการวิเคราะห์ในด้านของสินค้าและบริการ ซึ่งจุดแข็งภายในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีจุดแข็ง (Strengths) ในเรื่องของสภาพแวดล้อม วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ว่าจุดแข็งของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา โดยรวมมีสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ทั้งทางบกและทางน้ำ เรียกได้ว่าทุกอย่างที่มีมาแต่ดั้งเดิมเป็นมรดกทางสภาพแวดล้อมที่ล้ำค่ามาก วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวการนั่งเรือชมหิ่งห้อย รวมทั้งอาหารคาวหวานและของฝากที่มีให้นักท่องเที่ยวได้เลือกสรรมากมายหลายรูปแบบ รวมทั้งการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ Albert Humphrey (1960) หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ เป็นข้อที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร เช่น จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการบริหาร จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล บริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด จุดอ่อน (Weaknesses) ภายในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ยังคงเป็นสถานที่ที่ยังมีราคาสินค้าที่นักท่องเที่ยวคิดว่ายังคงมีราคาที่สูงเกินไป และยังคงมีการรักษาความสะอาดที่ยังไม่เพียงพอต่อสถานที่แห่งนี้ จึงทำให้เห็นว่ายังไม่เป็นที่พึงพอใจมาก ไร้วัว จุดอ่อนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาบางจุดยังขาดการดูแลอย่างเป็นระบบระเบียบ ทำให้มีข้อบกพร่องในเรื่องของการท่องเที่ยว และการให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพ และในสถานที่บางแห่งยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถมีไม่เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว และการเข้าถึงสถานที่บางแห่งต้องใช้การเดินเท้า อาจทำให้ไม่สะดวกต่อผู้สูงอายุ และนักท่องเที่ยวที่มีสัมภาระเยอะ รวมถึงป้ายบอกทาง และขยะในแม่น้ำลำคลอง และระบบการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวในขณะที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังสถานที่ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวหนาแน่น

สรุปว่า จากวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จะเห็นได้ว่าชุมชนตลาดน้ำอัมพวาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีจุดเด่นในเรื่องของสภาพแวดล้อม วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้ แต่ยังมีบางจุดที่ยังต้องปรับปรุง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของสื่อประชาสัมพันธ์ ความสะอาดที่ยังไม่เพียงพอ หรือ การบริการที่เป็นกันเอง แต่ภายในชุมชนของตลาดน้ำอัมพวาก็ยังคงการอนุรักษ์วัฒนธรรมนั่นก็คือ การนั่งเรือชมหิ่งห้อย และการไหว้พระโดยการนั่งเรือ เป็นต้น สิ่งนี้จะป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ตลาดน้ำอัมพวาได้เป็นอย่างดี และก่อให้เกิดรายได้ธุรกิจที่พลิกโฉมเสียเป็นอย่างมาก ซึ่งในปัจจุบันที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ได้แก่ โรคระบาด COVID-19 ที่ประสบปัญหาในปัจจุบัน จึงทำให้นักท่องเที่ยวลดลง และภายในชุมชนเกิดการขาดรายได้ในการดำรงชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชน รวมไปถึงสภาพแวดล้อมที่มีอากาศ

ค่อนข้างแปรปรวนในการรองรับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดปัญหาภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อภายในชุมชนอีกด้วย ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้

(1) สามารถนำแนวทางที่ได้จาก SWOT ไปจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตชุมชนได้ต่อไป

(2) การทำ SWOT ช่วยให้ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ให้ความสำคัญตามสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และมีการเตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม บางครั้งเมื่อโอกาสมาถึง ชุมชนตลาดน้ำอัมพวาจะได้เก็บเกี่ยวผลประโยชน์ได้ทันและเต็มที่ หรือถ้าชุมชนตลาดน้ำอัมพวาเห็นว่าแนวโน้มจะมีปัญหาอุปสรรคอะไรเกิดขึ้นกับแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตชุมชน ชุมชนตลาดน้ำอัมพวาจะได้มีการเตรียมตัวรับมือ ผ่อนสถานการณ์ที่เลวร้ายให้บรรเทาลงได้อย่างมีสติ และทัน่วงที่ต่อไป

3) วิเคราะห์แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชน กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

โดยคณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์ 3 ส่วนหลักซึ่งประกอบไปด้วย มาตรฐานโฮมสเตย์ 10 ด้าน ส่วนประสมทางการตลาด บริการ (8P) และ SWOT Analysis ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์นั้นต้องมีมาตรฐานเป็นไปตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย 10 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับ กรมการท่องเที่ยว (2555) ได้กล่าวไว้ว่า ได้มีการกำหนดมาตรฐานและตัวชี้วัดโฮมสเตย์ไทย 10 ด้าน ประกอบด้วย ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านอ้อยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน ด้านรายการนำเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านศิลปะและวัฒนธรรม ด้านการสร้างคุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ และด้านประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการบริการ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยการแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นปัจจัยภายในคือจุดแข็ง หรือข้อได้เปรียบ

โดยมองจากภายในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา และจุดอ่อน หรือข้อเสียเปรียบของชุมชนตลาดน้ำอัมพวาที่ส่งผลต่อการพัฒนาในพื้นที่ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา และปัจจัยภายนอกคือโอกาสหรือสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มาสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาในชุมชนตลาดน้ำอัมพวาและอุปสรรคหรือสิ่งแวดล้อมภายนอกที่มากกระทบต่อชุมชนตลาดน้ำอัมพวาและเป็นอุปสรรคในการพัฒนาชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งสอดคล้องกับ Albert Humphrey (1960) ได้อธิบายเพิ่มเติม ว่าการวิเคราะห์ SWOT Analysis ใ้ว่า S มาจาก Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ เป็นข้อที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร เช่น จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านการบริหาร จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล บริษัทจะต้องใช้ประโยชน์จากจุดแข็งในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด W มาจาก Weaknesses หมายถึง จุดอ่อน หรือจุดด้อย หรือข้อเสียเปรียบ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ขององค์กร ซึ่งองค์กรจะมีการแก้ปัญหาในสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นอยู่ O มาจาก Opportunities หมายถึง โอกาส ซึ่งเป็นการที่สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริมการดำเนินงานขององค์กร โอกาสแตกต่างจากจุดแข็งตรงที่โอกาสนั้นเป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมภายนอก

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตชุมชน ตลาดน้ำอัมพวา โดยการเชื่อมโยงจาก 2 ส่วนหลัก คือ การสร้างแนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการให้เป็นไปตามมาตรฐานโฮมสเตย์ และ SWOT และเพิ่มส่วนเสริมในด้านของกลยุทธ์ทางการตลาด คือส่วนประสมทางการตลาดบริการ 8 องค์ประกอบ ดังนั้น จึงได้แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชน 3 แนวทาง คือ

แนวทางที่ 1.การพัฒนาการจัดรายการนำเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

ซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์และชุมชนตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากการวิเคราะห์ SWOT ในพื้นที่ชุมชนตลาดน้ำอัมพวาพบว่า จุดเด่นหรือข้อดีของตลาดน้ำอัมพวาคือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือการล่องเรือชมทิวทัศน์ และ

การนั่งเรือให้พระ ดังนั้น ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ควรพัฒนารูปแบบการจัดรายการนำเที่ยวแบบ Package ที่ผสมผสานด้านที่พักและ กิจกรรมการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน เช่น Package พัก 1 คืนพร้อมกิจกรรมนั่งเรือชมทิวทัศน์ห้วยยามคำคืน ซึ่งแนวทางการพัฒนารูปแบบ ดังกล่าวเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนและสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่งนอกจากนั้นการจัดรูปแบบรายการนำเที่ยวที่มีความหลากหลายยังสอดคล้องกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ 8 องค์ประกอบ ในด้าน การส่งเสริมการตลาด (promotion) ในการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อดึงดูดใจ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Lovelock Wright (2002) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้าและบริการในช่วงเวลานั้น โดยการเสนอผลประโยชน์ให้กับลูกค้าเป็นครั้งคราว เช่น การจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม หรือเลือกใช้วิธีอื่นที่มีอยู่หลายรูปแบบ สิ่งสำคัญ คือ ต้องนำมาใช้ให้เหมาะกับตัวสินค้าและบริการ ที่นำมาจำหน่ายหรือให้บริการนั้น ๆ

แนวทางที่ 2.การพัฒนาการบริหารกลุ่มโฮมสเตย์ระหว่างผู้ประกอบการเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

การดำเนินงานระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการโฮมสเตย์และชุมชนตลาดน้ำอัมพวา เนื่องจากการวิเคราะห์ SWOT ในพื้นที่ชุมชน ตลาดน้ำอัมพวา พบว่า โอกาสหรือการส่งเสริมการดำเนินงานของผู้ประกอบการคือ การส่งเสริมนโยบายกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของโฮมสเตย์ ทำให้การพัฒนาภายในโฮมสเตย์ในพื้นที่ของผู้ประกอบการทำได้ค่อนข้างลำบาก เพราะต้องใช้เงินทุนของผู้ประกอบการเองในการพัฒนาเพิ่มสถานที่จัดกิจกรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ดังนั้นทำให้ผู้ประกอบการของกลุ่มโฮมสเตย์ยังขาด ความรู้ ความสามารถและงบประมาณ ในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ โดยการนำผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นเข้ามาให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้มีความหลากหลายในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และมีความ เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่อยู่ให้น่าสนใจมากขึ้น เช่น สาธารณูปโภคที่ทำมาจากมะพร้าว ได้แก่ สบู่ ยาสระผม ยาสีฟัน ฯลฯ เป็นต้น เพื่อส่งผลให้เกิดรายได้และสามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนได้อย่างทั่วถึง ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ควรพัฒนาในรูปแบบ การจัดประชุมในการปรึกษาหารือในด้านต่าง ๆ กับผู้ประกอบการ ในการแก้ปัญหาและการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบ โฮมสเตย์ในการสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งแนวทางดังกล่าวเป็นการสร้างมูลค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจ โฮมสเตย์และชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ซึ่งมีความสอดคล้องเกี่ยวกับวิถีชีวิตของ กรมการท่องเที่ยว (2555) ได้กล่าวว่า มาตรฐานที่ 8 ด้านการสร้างคุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ 8.1 ผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อเป็นของที่ระลึก ของฝาก หรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว 8.2 ผลิตภัณฑ์ที่สร้าง คุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนนอกจากนั้นการบริหารจัดการกระบวนการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายมากขึ้น ในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดใจ และยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ ฉัตรยาพร เสมอใจ (2551) ด้านกระบวนการ (Process) การสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความประทับใจโดยการวางแผนไว้เป็นอย่างดี คือ เวลาและประสิทธิภาพในการให้บริการ

แนวทางที่ 3.การพัฒนาอาหารและโภชนาการของผู้ประกอบการโฮมสเตย์เพื่อเชื่อมโยงวิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

ซึ่งเป็นส่วนที่สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ เนื่องจากการวิเคราะห์ SWOT ในพื้นที่ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา พบว่า อุปสรรค หรือผลเสีย ที่เป็นภัยคุกคามต่อการบริการของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ คือ สถานการณ์ของโรคระบาด COVID-19 และสภาพ อากาศที่แปรปรวน จึงทำให้ผู้ประกอบการโฮมสเตย์มีผลกระทบในการประกอบอาหาร เพราะต้องนำวัตถุดิบ หรือทรัพยากรภายใน พื้นที่ของชุมชนมาประกอบอาหาร ทำให้เกิดข้อบกพร่องในการบริการของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นทำให้ผู้ประกอบการไม่ได้มีการวางแผนในการรองรับสถานการณ์ของโรคระบาด COVID-19 ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก โฮมสเตย์ควรพัฒนารูปแบบการบริการอนุรักษ์ทรัพยากรในพื้นที่และสิ่งแวดล้อมของธุรกิจโฮมสเตย์ โดยการพัฒนาพื้นที่ของโฮมสเตย์จัดสรรให้มีการเพาะปลูกวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ได้แก่ พืชผักสวนครัวปลอดสารพิษ สัตว์ที่ใช้เพื่อบริโภค ฯลฯ ที่เหมาะสม ในการให้บริการของสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 และสภาพทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทั้งยังสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ทางการ เกษตรของวิถีชีวิตชุมชนตลาดน้ำอัมพวา รวมไปถึงการจัดจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการในช่วงสถานการณ์ของโรค ระบาด COVID-19 ทำให้สามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบการได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จึงทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอีกด้วย ซึ่งมีความสอดคล้องเกี่ยวกับวิถีชีวิตของ กรมการท่องเที่ยว (2555) มาตรฐานที่ 2 ด้านอาหารและโภชนาการ 2.1 ชนิดของอาหาร และวัตถุดิบในท้องถิ่นในการใช้ประกอบอาหาร 2.2 มีน้ำดื่มที่ สะอาด 2.3 มีภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด 2.4 มีห้องครัวและอุปกรณ์ที่ใช้ในครัวมีความสะอาด และยังสอดคล้องกับทฤษฎีของ สุ

พรรณิ อินทร์แล้ว (2555) 7.ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะของทางกายภาพที่สวยงามและเป็นเอกลักษณ์ เพื่อต้องการดึงดูดใจลูกค้าในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.4.1 ชุมชนตลาดอัมพวา มีเอกลักษณ์ที่มีความสำคัญทางคุณค่าทางวัฒนธรรม ควรศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาดในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ให้เป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางมากขึ้น

5.4.2 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาสื่อกิจกรรมภายในธุรกิจโฮมสเตย์ เป็นที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในการพัฒนาสื่อการบริการเป็นภาษาต่างประเทศ ให้หลากหลายมากขึ้น เป็นต้น

5.4.3 ควรพัฒนาในเรื่องของเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง เพื่อให้ธุรกิจโฮมสเตย์ภายในชุมชนตลาดอัมพวาเป็นที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถเข้าถึงข้อมูลชุมชนตลาดอัมพวาเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาหลักในการสื่อสารทั่วโลก เป็นต้น

ภาษาไทย

กรมการท่องเที่ยว. (2555). กำหนดมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย. 2555.วารสารกรมการท่องเที่ยว. 10 (2), 12-13

โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ. (2540). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ : โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2546). การวางแผนและพัฒนากองเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ชูวิทย์ ศิริเวชกุล. (2554). การท่องเที่ยวเชิงชุมชนและการจัดการ Homestay. จุลสารการท่องเที่ยว. 20 (2), หน้า 55.

ณัฐชามณูย์ สุวิทย์พันธุ์. (2545). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์ (นิเทศศาสตรพัฒนาการ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทิยา หุตานุกวัตร และณรงค์ หุตานุกวัตร. (2543) SWOT : การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา กรมวิทยาศาสตร์ การแพทย์.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนากองเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 2 :ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ผุสดี รุมาคม. (2540). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ:ฟิลิปปินส์เซ็นเตอร์

วันทิกา หิรัญเทศ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต วิทยาลัยราชพฤกษ์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

สมยศ นาวิการ. (2551). การบริหารเชิงกลยุทธ์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ.2560-2564. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว (2558). มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุพรรณิ อินทร์แก้ว. (2553). การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธนาเพรส จำกัด.

ภาษาอังกฤษ

Albert S. Humphrey. (2005). **SWOT Analysis for Management Consulting**. A.S.SRI international. Stamford International University. NY, USA.

Antocic, B. & Hisrich,R.D. (2000). Intrapreneurship Modeling in Transition Economics: A Comparison of Slovenia and the United States. Journal of Developmental Entrepreneurship.

Lovelock & Wright. (2002). **Principles of Service Marketing and Management**. New Jersey: Pearson Education.

Potijana Suansri. (2003). **Community Base tourism in community manual**. Bangkok. Tourism for life and nature project.

Sin Saraboon and Udon Wongtabtim. (2003). **Community-Base Tourism Conceptualized and Experienced from North Thailand**. Chiang Mai. Vanida Press.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

นักรบ ระวีการณ์. (2545). **คุณลักษณะที่พึงสัมผัสชนบท**. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 19 มิถุนายน 2563. จาก <https://www.stou.ac.th/elearning/bistream/Bib/>.

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดสมุทรสงคราม. (2552). **ตลาดน้ำยามเย็น**. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2564 จาก <http://province.prd.go.th/samutsongkram/travel/floatingmarket.htm>.