

[TCI »](#)[TCI »](#)[TJIF](#)

/

»

[TCI »](#)

»

[FAQ](#)**ผลการประเมินคุณภาพวารสารที่อยู่ในฐานข้อมูล TCI**

โปรดระบุหมายเลข ISSN หรือชื่อของวารสารที่ต้องการทราบผลประเมิน :

ค้นหา

ลำดับ	ชื่อวารสาร	ISSN	เจ้าของ	จัดอยู่ในวารสาร กลุ่มที่	สาขา
1	วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา	2351-0390	คณะวิทยาการจัดการ จัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนสุนันทา	2	มนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์

[Back to top](#)

Copyright 2005. Thai-Journal Citation Index (TCI) Centre. All rights reserved.

Contact: [tci.thai@gmail.com](mailto:tci.thai@gmail.com)



**ASEAN 50**  
2017

**JMS** SSRU  
JOURNAL OF  
MANAGEMENT  
SCIENCE



มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
Suan Sunandha Rajabhat University

วารสารที่ผ่านการรับรองคุณภาพ  
และอยู่ในฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI)



วารสารวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2560

ISSN 2351-0390

ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2560

**บรรณาธิการ**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมภูมิ แสงวงกุล

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**ที่ปรึกษา**

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ  
รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**กองบรรณาธิการ**

ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์  
ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์  
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพันธ์ พรหมสุวรรณ  
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์  
รองศาสตราจารย์ ดร.นฤกฤต วันดีเมล์  
รองศาสตราจารย์ ดร.รชชงพร โกมลเสวิน  
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดญา จิตราภรณ์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนสุดา ปุณณะหิตานนท์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สิริอร จ้าปาทอง  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พยงค์ธร สำเร็จกิจเจริญ  
อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ ธนาภิจบุรีสุทธิ  
อาจารย์อินชา โรจนพานิช  
อาจารย์ธนิด พดกธรา  
อาจารย์พัชรภรณ์ เลขยันต์

นักวิชาการอาวุโส มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด สหรัฐอเมริกา  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**ฝ่ายจัดการ**

นายกาญจน์มนัส นิ่มนังษ์  
นางสาวปณรภา ประดิษฐ์พงษ์

ฝ่ายพัฒนางานวิจัยและบริการวิชาการ  
ฝ่ายพัฒนางานวิจัยและบริการวิชาการ

**คณะกรรมการพิจารณาบทความ (Peer Review) ภายใน**

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประทีป วจิทองรัตน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต ผังนรินทร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิมลศรี แสนสุข มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา สังขมณี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

**คณะกรรมการพิจารณาบทความ (Peer Review) ภายนอก**

ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์  
: นักวิชาการอาวุโส มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด สหรัฐอเมริกา  
ศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ สถาปิตานนท์  
: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตนโกมุท  
: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
รองศาสตราจารย์ ดร.สุทธิพันธ์ พรหมสุวรรณ  
: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวิทย์ บุญลือ  
: มหาวิทยาลัยสยาม  
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฏฐ์ กุลิษฐ์  
: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
รองศาสตราจารย์ ดร.นฤกฤต วันดีเมล์  
: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดญา จิตราภรณ์  
: มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
รองศาสตราจารย์ ดร.รชชงพร โกมลเสวิน  
: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น  
: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว  
: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัตนสุดา ปุณณะหิตานนท์  
: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ วัฒนกุล  
: มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภนันทา ร่มประเสริฐ  
: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เจริญชัย เอกมาไพศาล  
: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  
อาจารย์ ดร.สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทร์วัฒนกุล  
: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์  
Professor Dr. John Conant  
: Indiana State University, USA.  
Professor Dr. Jay Gatrell  
: Bellarmine University, USA.  
Associate Professor Dr. Aruna Chandraseka  
: Indiana State University, USA.

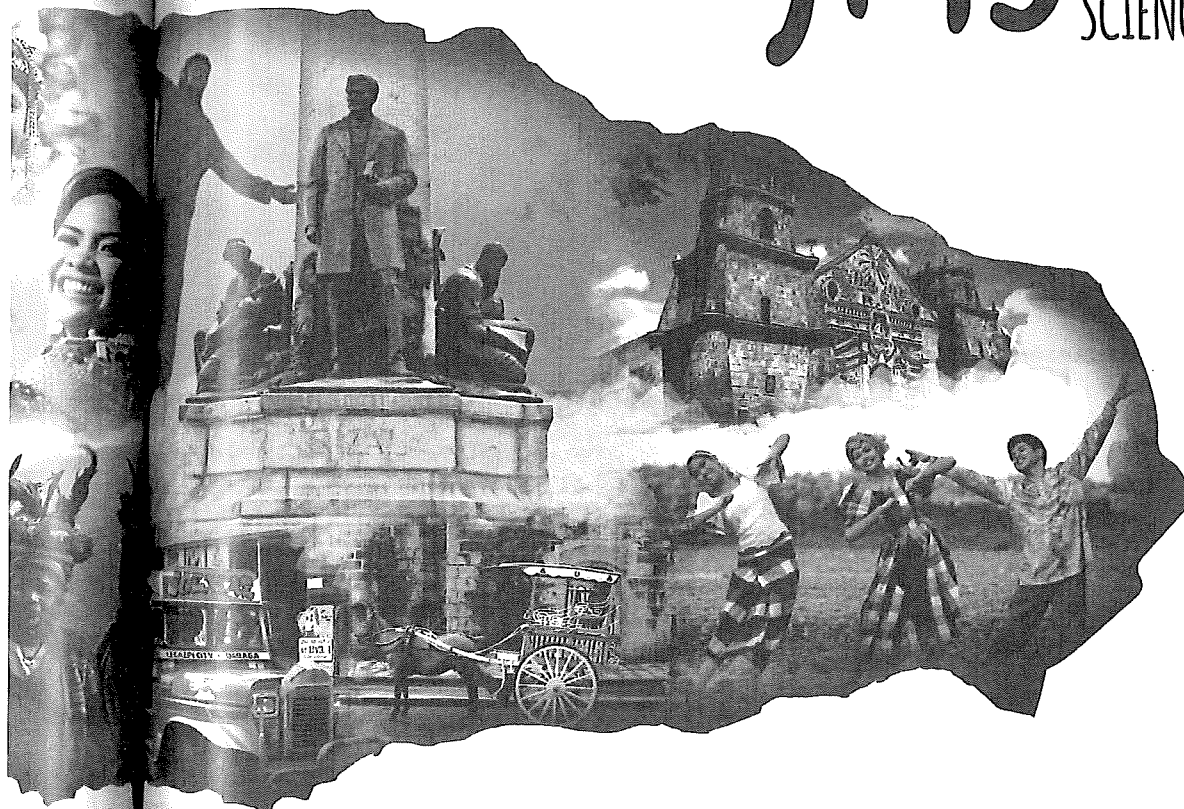
"วารสารวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา" จัดพิมพ์ขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ "บทความวิชาการ" และ "บทความวิจัย" ทางด้านบริหารธุรกิจ และ  
นิเทศศาสตร์ บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) แล้ว ทั้งคณะและข้อคิดเห็นของบทความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้ เป็นของผู้เขียน  
แต่ละท่านไม่ถือว่าเป็นทัศนะ และความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

**สถานที่พิมพ์**

ศูนย์สื่อสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เลขที่ 1 ถนนอุททองนอก แขวงวชิระ เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300 โทร 02-160-1263

# JMS SRU

JOURNAL OF  
MANAGEMENT  
SCIENCE



**แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของ  
ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรี**

Guidline for Service Quality Development  
of Homestay Business at Koh Kred,  
Nonthaburi Province

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์  
ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

**GUIDLINE FOR SERVICE QUALITY DEVELOPMENT  
OF HOMESTAY BUSINESS AT KOH KRED,  
NONTHABURI PROVINCE**

ระชานนท์ ทวีผล<sup>1</sup>

**บทคัดย่อ**

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการประเมินศักยภาพและการวางแผนการจัดการ และ (2) ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีวิทยาการศึกษาปรากฏการณ์ จากวิธีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด ทั้งหมด 3 แห่ง ประกอบด้วย (1) เกาะเกร็ดโฮมสเตย์ (2) ติ่งโฮมสเตย์ และ (3) ชมฟ้าโฮมสเตย์ ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด มีแนวทางการบริหารในรูปแบบธุรกิจครอบครัว ซึ่งจะใช้บ้านพักของตนเองมาดำเนินการปรับปรุงพัฒนาให้กลายเป็นธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ เพื่อเป็นรายได้เสริมโดยไม่ได้คาดหวังผลกำไรที่สูงมากนัก สำหรับกลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการโดยผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้วยความเอาใจใส่ลูกค้าผู้เข้าพักเปรียบเหมือนสมาชิกภายในครอบครัว ส่งผลให้ผู้เข้าพักรายเก่าเดินทางกลับมาเข้าพักอีกครั้ง และเกิดการบอกต่อกันปากต่อปาก โดยนำเสนอเรื่องราวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้เกิดลูกค้ากลุ่มใหม่เดินทางเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น

**คำสำคัญ:** การพัฒนาคุณภาพบริการ โฮมสเตย์ เกาะเกร็ด

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
อีเมลล์: rachanon@ms.su.ac.th

# GUIDLINE FOR SERVICE QUALITY DEVELOPMENT OF HOMESTAY BUSINESS AT KOH KRED, NONTHABURI PROVINCE

Rachanon Taweephol<sup>1</sup>

## Abstract

The objectives of this research aimed to (1) study the potential assessment and management planning and (2) study the strategies for service quality development of homestay business at Koh Kred, Nonthaburi Province. This study was qualitative research. Phenomenology was used in the study by using in-depth interview with 3 owners of homestay business at Koh Kred; (1) Koh Kred Homestay (2) Tong Homestay and (3) Chomfah Homestay. The results found that there were homestay business at Koh Kred have management guideline by family business, adapt owner's home became to homestay for made extra income to family and unexpected profit. To identify the strategies for service quality development by the owners focus the attention their guests like family members. That affect the old customer came back again, word of mouth and feedback via social media it made more new target customers.

**Keywords:** Service Quality, Home Stay, Koh Kred

---

<sup>1</sup> Lecturer of Hotel Management, Faculty of Management Sciences at Silpakorn University  
E-mail: rachanon@ms.su.ac.th

## บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการสร้างงานกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ทุกภูมิภาค สำหรับประเทศไทยที่เป็นจุดหมายปลายทางที่มีนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ประกอบกับจุดเริ่มต้นของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เกิดเป็นแนวโน้มที่เป็นกระแสการผลักดันประเทศไทยให้กลายเป็นศูนย์กลางสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศสมาชิกอีก 9 ประเทศ (อรนะช , 2557) พิจารณาได้จากสถานการณ์ท่องเที่ยว ในเดือนพฤษภาคม 2559 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 2,476,505 คน ขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 7.59 จากช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออก ยุโรป อเมริกา เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา คิดเป็นรายรับมูลค่า 117,321.25 ล้านบาท เป็นการขยายตัวร้อยละ 12.62 จากช่วงเวลาเดียวกันจากปีที่ผ่านมา เมื่อจำแนกตามภูมิภาค พบว่าเป็นนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกมากที่สุด มีจำนวน 1,782,116 คน คิดเป็นร้อยละ 71.96 รองลงมา ได้แก่ ภูมิภาคยุโรป เอเชียใต้ อเมริกา โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกาตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกมีจำนวนมากที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย ลาว ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ เวียดนาม สหรัฐอเมริกา และ กัมพูชา ตามลำดับ การพยากรณ์ทิศทางการท่องเที่ยวในเดือนมิถุนายน 2559 จะขยายตัวประมาณร้อยละ 10 -12 (กรมการท่องเที่ยว , 2559)

จากจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น ในที่ประชุมคณะรัฐมนตรี จึงได้อนุมัติวันหยุดราชการเพิ่มขึ้นในช่วงเดือนพฤษภาคม และกรกฎาคม ปี 2559 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวจากตลาดภายในประเทศ พร้อมกับวิธีการเพิ่มรายได้อื่น ๆ เช่น การจัดประชุม สัมมนา และการจัดแสดงสินค้า เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถสร้างเม็ดเงินสะพัดสู่ธุรกิจโรงแรม 537,000 - 544,000 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 4.7 - 6.0 จากปี 2558 รวมถึงวิธีการสำรองห้องพักผ่านตัวกลางในระบบอินเทอร์เน็ตเป็นการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง ระหว่างผู้ประกอบการแต่ละราย ดังนั้นผู้ประกอบการต้องอาศัยกลยุทธ์ที่แตกต่างกันออกไป เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในขณะที่ภาพรวมของธุรกิจโรงแรมรายใหญ่ยังพบว่าผู้ประกอบการเริ่มขยายธุรกิจในประเทศทั้งภายในเขตกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัด ตลอดจนระดับนานาชาติ นอกจากนี้ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ยังใช้วิธีการนำเสนอเอกลักษณ์ของการบริการ เพื่อเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมายที่แตกต่างออกไปจากตลาดกลุ่มใหญ่ทั่วไป (Mass Market) เพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ภายใต้ความคุ้มค่าของอัตราค่าบริการที่สูงมากนัก ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กมีรูปแบบการบริการที่หลากหลาย ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันทางเลือกใหม่แก่นักท่องเที่ยว (ฐานเศรษฐกิจ, 2559)

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมเริ่มต้นนำเสนอที่พักในหลากหลายรูปแบบ ควบคู่กับการนำเสนอประสบการณ์ที่แปลกใหม่ที่เป็นมากกว่าสถานที่สำหรับการพักผ่อนเพียงอย่างเดียว ซึ่งธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ เป็นกิจการขนาดเล็กที่มีทำเลที่ตั้งภายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากธุรกิจที่พักโฮมสเตย์แวดล้อมไปด้วยแหล่งชุมชนท้องถิ่น โดยผู้เข้าพักจะต้องอาศัยอยู่กับเจ้าของบ้าน สำหรับจุดเด่นของโฮมสเตย์ที่มีความแตกต่างจากที่พักแรมแห่งอื่น คือ การดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายภายใต้สังคมที่สงบสุข สัมผัสกับความงดงามธรรมชาติ รวมถึงวัฒนธรรมและประเพณีที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในแต่ละช่วงเทศกาล (กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยว สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น , 2559) การสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันด้วยกลยุทธ์เฉพาะทางของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก มุ่งเน้นการสร้างตราสินค้าให้มีความแตกต่างที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นที่กิจการตั้งอยู่ พร้อมกับการวิเคราะห์ปัจจัยภายในภายนอกของกิจการ เพื่อค้นพบข้อบกพร่องของกิจการและสามารถนำกลับไปปรับปรุงแก้ไข

นอกจากนี้ การเลือกกลุ่มเป้าหมายจะต้องเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) ที่จะต้องพิจารณากลุ่มที่มีความพร้อมต่อการใช้จ่าย (นันทนา และคณะ, 2559) ซึ่งในขณะเดียวกันธุรกิจที่พักขนาดเล็กได้ให้ความสำคัญกับการจัดการคุณภาพบริการภายในกิจการทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานการให้บริการ (Reliability) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความมั่นใจได้ (Assurance) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจลูกค้า (Empathy) และการบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibility) เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องของจำนวนห้องพักที่ใช้ในการรองรับลูกค้าจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลากหลายประการ เพื่อช่วยให้เกิดความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าแต่ละรายได้อย่างเท่าเทียม (ระชานนท์ และ ธีระวัฒน์, 2560) สำหรับธุรกิจที่พักประเภทโฮมสเตย์ที่ได้รับความนิยมมากมาย เช่น เขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งในอดีตเป็นทำที่ตั้งถิ่นฐานของชุมชนมอญที่มีชื่อเสียงในเรื่องของเครื่องปั้นดินเผาชั้นดี มีประเพณีที่แสดงออกถึงการดำรงซึ่งวัฒนธรรมพื้นบ้านควรรค่าแก่การอนุรักษ์ พร้อมกับพระเจดีย์มูเตลาของวัดปรมัยยิกาวาส ที่เป็นสัญลักษณ์ประจำฝั่งท่าหน้าของเกาะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวบนเกาะเกร็ด จะมีกิจกรรมที่ต้องสร้างปฏิสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การซื้อสินค้า การรับประทานอาหาร นั่งเรือชมทัศนียภาพความงามของสภาพแวดล้อม และการพักผ่อนค้างคืนในโฮมสเตย์ (ไปด้วยกัน, 2559)

จากประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจเกี่ยวกับการศึกษา เรื่องการจัดการคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เพื่อผลักดันให้ธุรกิจที่พักแรมในรูปแบบโฮมสเตย์สามารถสร้างรายได้แก่ท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม แนวทางการบริหารจัดการอาจพบกับอุปสรรค เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้ออกแบบขั้นตอนการบริการเองทั้งหมด อาจขาดองค์ความรู้ในการบริการที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของผู้เข้าพัก การศึกษาครั้งจะนำไปสู่มุมมองของการเตรียมความพร้อมเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับอาเซียนและสากลเพิ่มความเอาใจใส่แก่ผู้ประกอบการที่จะต้องทำหน้าที่ต้อนรับ และสร้างความประทับใจตลอดระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวพำนักอาศัยในธุรกิจที่พักโฮมสเตย์

### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศึกษาการประเมินศักยภาพและการวางแผนการจัดการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
2. เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

### คำถามการวิจัย

1. กระบวนการประเมินศักยภาพและการวางแผนการจัดการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ที่นำไปสู่คุณภาพบริการ สามารถทำได้อย่างไรบ้าง
2. ทิศทางการกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี และมีวิธีดำเนินการอย่างไรบ้าง



## การทบทวนวรรณกรรม

### 1. โฮมสเตย์

โฮมสเตย์ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับผู้ประกอบการหรือเจ้าของบ้าน โดยมีการจัดสรรจำนวนห้องพักพร้อมกับพื้นที่ใช้สอยภายในบ้าน ที่ดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าพักได้ชั่วคราว ซึ่งจะต้องมีจำนวนไม่เกิน 4 ห้อง มีผู้เข้าพักรวมกันจำนวนไม่เกิน 20 คน โดยคิดค่าตอบแทนจากการเข้าพัก และมีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร ซึ่งเป็นลักษณะของการประกอบกิจการเพื่อสร้างเป็นรายได้เสริม (กาญจนา และคณะ, 2558) นอกจากนี้ (ศรัญญา, 2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่า โฮมสเตย์ เป็นสถานที่พักรวมที่ผู้เข้าพักปฏิบัติตนเป็นสมาชิกของครอบครัว ได้รับประทานอาหารร่วมกันกับเจ้าของบ้าน เพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรม โดยเจ้าของบ้านสามารถนำพาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวภายในท้องถิ่น หรือเจ้าของบ้านแนะนำรายละเอียดของกิจกรรมต่าง ๆ ตามความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงการนำสมาชิกคนอื่น ๆ ภายในครอบครัวเข้ามาร่วมต้อนรับ และเป็นบุคลากรในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด

### 2. กลยุทธ์การจัดการคุณภาพ

สิ่งที่ผู้ประกอบการเริ่มต้นกำหนดแนวทางบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จำเป็นที่จะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมองค์กรทั้งภายในและภายนอก เพื่อค้นพบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ซึ่งเป็นเครื่องมือการประเมินความสามารถที่เป็นพื้นฐานสำหรับทุกองค์กรสามารถนำไปใช้อย่างแพร่หลาย

การวิเคราะห์ SWOT หมายถึง แนวคิดสำหรับการบริหารจัดการของนักธุรกิจ โดยเรียงลำดับความหมายของตัวอักษรที่ใช้ประเมินจุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และภัยคุกคามหรืออุปสรรค (Threats) เพื่อให้ผู้วิเคราะห์ทราบถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีต พร้อมกับการสรรหาวิธีการแก้ไขปัญหาคืบต่อไปในอนาคต (Ahmad, 2011) ในขณะที่การกำหนดเป้าหมายของ SWOT Analysis ที่แท้จริง เริ่มจากใช้ข้อมูลจากสภาพแวดล้อมภายในองค์กรแยกออกเป็นด้านจุดแข็งกับจุดอ่อน พิจารณาจากกลุ่มเป้าหมาย ต้นทุนการดำเนินงาน รวมถึงทรัพยากรที่ใช้ภายในองค์กร สำหรับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรแยกออกเป็นด้านโอกาสและอุปสรรค พิจารณาจากความร่วมมือของผู้สนับสนุนภายนอก ตลอดจนปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งหลักการของ SWOT Analysis จะนำไปสู่ประเด็นสำคัญที่สามารถใช้ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ขององค์กรและเป็นแนวทางการประเมินทางเลือกที่เหมาะสม สำหรับการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพแก่องค์กร (Riston, 2008)

อย่างไรก็ตาม SWOT เป็นเพียงแนวทางที่จะค้นพบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร เพื่อสนับสนุนการประเมินสถานการณ์ภายในองค์กรและภายนอกองค์กร นอกจากนี้ ยังมีวิธีการสรรหาข้อได้เปรียบ ข้อเสียเปรียบ ที่คาดการณ์ปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับองค์กรในอนาคต ตามวงจรคุณภาพของเดมिंग ที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย เพื่อผลประโยชน์ในการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจผู้ประกอบการนำไปออกแบบและการพัฒนากลยุทธ์ขององค์กรต่อไป (Henry, 1987) สำหรับอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยว วงจรคุณภาพ (PDCA Cycle) ตามปรัชญาด้านการจัดการสมัยใหม่ของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภักทรวดี วงศ์บั้นทะนัน (2557) ประกอบด้วย (1) P = Plan คือ การวางแผนจากวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้กำหนดขึ้น จะทำให้เกิดความพร้อมเมื่อได้ปฏิบัติงานจริง การวางแผนงานควรวางแผนให้ครบ 4 ขั้นตอน ดังนี้ (1.1) ขั้นตอนการศึกษา คือ การวางแผนศึกษาข้อมูล วิธีการ ความต้องการของตลาด ข้อมูลด้านวัตถุดิบ ด้านทรัพยากรที่มีอยู่หรือเงินทุน (1.2) ขั้นตอนเตรียมงาน คือ การวางแผนเตรียมงานด้านสถานที่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ความพร้อม

ของพนักงาน อุปกรณ์ เครื่องจักร วัตถุดิบ เป็นต้น (1.3) ขั้นตอนการดำเนินงาน คือ การวางแผนงานการปฏิบัติงานของแต่ละส่วนแต่ละฝ่าย เช่น ฝ่ายผลิต ฝ่ายขาย ฝ่ายโฆษณา เป็นต้น (1.4) ขั้นตอนการประเมินผล คือ การวางแผนหรือเตรียมการประเมินผลอย่างเป็นระบบ เช่น ประเมินจากยอดขายการจำหน่าย คำติชมของลูกค้า หรือประเมินจากเครื่องมือที่สร้างขึ้นโดยเฉพาะ เพื่อให้ผลลัพธ์ที่ได้จากการประเมินเกิดความเที่ยงตรง (2) D = Do คือ การปฏิบัติตามขั้นตอนในแผนงานที่ได้เขียนไว้อย่างเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง ทำให้ทราบขั้นตอน วิธีการ และสามารถเตรียมงานล่วงหน้าหรือทราบอุปสรรคล่วงหน้าด้วย ดังนั้นการปฏิบัติงานก็จะเกิดความราบรื่น และเรียบร้อย นำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ (3) C = Check คือ การตรวจสอบผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของแผนงานคาดว่าจะเกิดปัญหา จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงแก้ไขแผนงานในแต่ละขั้นตอน ซึ่งจะต้องให้ได้ผลที่เที่ยงตรงสามารถเชื่อถือได้ ประกอบด้วย (3.1) ตรวจสอบจากเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ (3.2) มีเครื่องมือที่เชื่อถือได้ (3.3) มีเกณฑ์การตรวจสอบที่ชัดเจน (3.4) มีกำหนดเวลาการตรวจที่แน่นอน (3.5) บุคลากรที่ทำการตรวจสอบต้องได้รับการยอมรับจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เมื่อการตรวจสอบได้รับการยอมรับ การปฏิบัติงานขั้นต่อไป (4) A = Action คือ การปรับปรุงแก้ไขส่วนที่มีปัญหา หรือหากไม่มีปัญหา จะเกิดการยอมรับแนวทางการปฏิบัติตามแผนงานที่ได้ผลสำเร็จ ร่วมกับการพิจารณาข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นภายในกระบวนการ

### 3. การพัฒนาคุณภาพบริการ

คุณภาพบริการ (Service Quality) หมายถึง การประเมินขอบเขตหรือข้อบ่งชี้ เช่น ระยะเวลาการตอบสนองความต้องการ หรือสถานที่ สำหรับให้บริการ ภายใต้เงื่อนไขที่สินค้าและบริการเกิดการแลกเปลี่ยน โดยจะต้องพิจารณากระบวนการต่าง ๆ ไม่ให้เกิดช่องว่าง (Gap) เป็นคำนิยามศัพท์ที่เรียกว่า RATER แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ (1) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ที่จะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ประกาศออกไป (2) การการันตี (Assurance) แสดงออกถึงมาตรฐานหรือระเบียบที่ผ่านการรับรอง (3) ลักษณะทางกายภาพ (Tangibility) เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของทำเลที่ตั้งและสิ่งอำนวยความสะดวก (4) ความเอาใจใส่ (Empathy) เป็นการศึกษาถึงความต้องการของลูกค้าที่มีลักษณะพฤติกรรมที่แตกต่างออกไป และ (5) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) คำนี้ถึงความรวดเร็วในการให้บริการด้วยแรงงานและอุปกรณ์อำนวยความสะดวก (Parasuman & other, 1985) สำหรับ (ฤดี, 2557) นำเสนอคุณภาพบริการในมุมมองที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งคำว่า "คุณภาพบริการ" หมายถึง การวางตำแหน่งทางการตลาดโดยอาศัยคุณภาพบริการ ต้องอาศัยปัจจัยที่ลูกค้าให้ประเมินคุณภาพของตัวเองสินค้าแต่ละประเภท อีกทั้งยังเป็นประเด็นหลักในการวางตำแหน่งทางการตลาดได้ ตลอดจนเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการสามารถประเมินคุณภาพบริการในการตัดสินใจซื้อใช้สำหรับวางตำแหน่งทางการตลาด ประกอบด้วย 5 มิติ ดังต่อไปนี้ (1) ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานการให้บริการ (Reliability) หมายถึง ธุรกิจสามารถให้บริการได้ตามสัญญา หรือข้อตกลงที่ได้ให้ไว้กับลูกค้า แม้ว่าการใช้ความเชื่อถือว่าได้จะเป็นมิติหนึ่งที่สำคัญในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (2) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วฉับไว เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ใช้ในการวางตำแหน่งทางการตลาด สามารถให้บริการได้ตามต้องการอย่างแม่นยำ (3) ความมั่นใจได้ (Assurance) หมายถึง ความรู้และทักษะความสามารถของพนักงานที่ให้บริการ จะต้องสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ รวมถึงความน่าไว้วางใจแก่ลูกค้าในการบริการ (4) ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจลูกค้า (Empathy) หลักในการวางตำแหน่งทางการตลาดโดยใช้ความเข้าใจพฤติกรรมและอารมณ์ของลูกค้ารายนั้น ซึ่งพบว่าลูกค้าแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกันเฉพาะบุคคล (5) การบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibility) สามารถใช้วางตำแหน่งทางการตลาด โดยพิจารณาจากลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่สามารถจับต้องได้ เช่น การตกแต่งภายนอกและภายใน อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ตัวพนักงานให้บริการ เป็นต้น

#### 4. ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่ฟักโฮมสเตย์ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ภายในเขตเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรมที่มีความน่าสนใจ ประกอบกับสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การเดินทางมาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักค้างคืนสามารถเข้าพักธุรกิจที่ฟักโฮมสเตย์ทั้งสิ้น 3 แห่ง ได้แก่

โด่งโฮมสเตย์ แต่เดิมสถานที่แห่งนี้เคยเป็นสวนผลไม้ ต่อจากนั้นในปี พ.ศ. 2554 ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วมครั้งใหญ่ จึงทำให้ได้รับความเสียหายจากการภัยธรรมชาติ ส่งผลให้สมาชิกภายในครอบครัวต่างแยกย้ายไปทำงานต่างจังหวัด อาชีพเกษตรกรรมที่ยาวนานจำเป็นต้องยุติลงในที่สุด หลังจากนั้น ผู้ประกอบการจึงได้ระดมความคิดร่วมกับสมาชิกภายในครอบครัว เพื่อพัฒนาพื้นที่ให้เกิดมูลค่า รวมถึงการปรับปรุงถิ่นที่อยู่อาศัยที่ต้องสรรหาวัสดุภายในบ้าน มีไม้กระดานอยู่จำนวนหนึ่งที่สามารถนำไปปลูกเป็นบ้านพักได้จำนวนหนึ่งหลังคาเรือน ต่อมาได้เพิ่มจำนวนต้นไม้ใหญ่ที่ใช้ระยะเวลาการปลูกประมาณ 3 ปี สำหรับการพัฒนาในจนปัจจุบันมีจำนวนถึง 4 หลัง จากจุดเริ่มต้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจมาเข้าพักมากขึ้น ดังนั้นเจ้าของกิจการเพิ่มบ้านพักขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมกับบริการกาแฟและขนมปังให้บริการในช่วงเช้า รวมถึงการบริการอาหารตามสั่ง ซึ่งผู้ประกอบการเป็นผู้ลงมือปรุงเองทุกชิ้นตอน โดยการกำหนดอัตราค่าบริการอาหารที่ไม่สูงมากนัก และภายนอกเรือนนอนจะมีการปลูกพืชผักสวนครัวสำหรับใช้เป็นวัตถุดิบในการประกอบอาหาร

เกาะเกร็ดโฮมสเตย์ แต่เดิมเจ้าของกิจการมีบ้านหลังเก่าแก่เป็นของตัวเองอยู่บนพื้นที่เกาะเกร็ด แต่เนื่องจาก คุณไพฑูริย์ แสงผดุง และครอบครัว มีอาชีพหลักเป็นของตนเองและเดินทางไปศึกษาต่อต่างพื้นที่ ทำให้เกิดความลำบากในการเดินทางกลับ จึงตัดสินใจซื้อบ้านไ้วบนฝั่งบริเวณใกล้กับเกาะเกร็ด เพื่อความสะดวกต่อการเดินทางมากขึ้น และเมื่อคุณไพฑูริย์ แสงผดุงได้เกษียณอายุราชการ จึงมีความต้องการทำธุรกิจเป็นของตนเองเพื่อเป็นรายได้เสริมให้กับครอบครัว โดยเริ่มต้นปรับปรุงการตกแต่งภายในบ้านเก่าที่มีอยู่บนเกาะเกร็ดให้เป็นโฮมสเตย์ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ต่อมาผู้ประกอบการได้เพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบ้านครบครัน เช่น ตู้ เตียง รวมถึงระยะเวลา 1 เดือน ในการตกแต่งบ้านและทำความสะอาดใหม่เพื่อให้พร้อมต่อการให้บริการ

ชมฟ้าโฮมสเตย์ แต่เดิมเจ้าของกิจการเคยมีอาชีพหลักตั้งแต่ปี พ.ศ.2531 จนกระทั่ง ปี พ.ศ.2539 จึงตัดสินใจลาออกงาน กลับมาสู่งานค้าขายของตนเองจนกระทั่งช่วงปลายปี พ.ศ. 2539 – 2540 ได้เริ่มต้นทำกิจการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เจาก๊วย น้ำอัดลม ชาเย็น และเครื่องดื่มชนิดอื่นๆ เนื่องจากทางครอบครัวมีบ้านและที่ดินเป็นของตนเอง รวมถึงบ้านริมแม่น้ำ จึงเริ่มตกแต่งบ้านพักให้เป็นโฮมสเตย์เปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาพักในปี พ.ศ. 2540 โดยเปิดกิจการโฮมสเตย์เป็นระยะเวลานานกว่า 19 ปี จนถึงปัจจุบัน

#### ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่ฟักโฮมสเตย์ ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เพื่อศึกษาวิถีคิดและการตีความจากสถานการณ์และเรื่องราวต่างๆ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปบันทึกเสียง มาเรียงลำดับเหตุการณ์ สังเคราะห์ข้อมูล แปลความหมายข้อมูล ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description Analysis) (ชาย, 2556) โดยผู้วิจัยจะต้องการกำหนดวันเวลาเพื่อใช้ในการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และขออนุญาตบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลักโดยคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นผู้ประกอบการธุรกิจโฮมสเตย์ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ทั้งหมดจำนวน 3 ราย ซึ่งเปิดให้บริการอย่างน้อยไม่ต่ำกว่า 4 ปี และทำหน้าที่ในการบริหารจัดการตั้งแต่แรกเริ่มก่อตั้งกิจการจนถึงปัจจุบัน

2. ขอบเขตด้านสถานที่ เป็นที่ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์จำนวน 3 แห่ง ณ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ (1) เกาะเกร็ดโฮมสเตย์ (2) ไฉ้งโฮมสเตย์ และ (3) ชมฟ้าโฮมสเตย์

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มต้นในเดือน 1 กันยายน - 15 ธันวาคม 2559

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย

(1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นแนวคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิด สะท้อนความคิดเห็นตามประเด็นปัญหาของการวิจัยออกมาอย่างลึกซึ้ง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์แต่ละแห่ง

(2) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยพิจารณาปรากฏการณ์ของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ในพื้นที่เกาะเกร็ด ศึกษาข้อมูลทำเลที่ตั้งและสภาพสิ่งแวดล้อมทั่วไปของโฮมสเตย์ รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์จัดขึ้นเพื่อให้บริการแก่ผู้เข้าพัก

การตีความที่ได้จากการสัมภาษณ์ จะดำเนินการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยได้ใช้การประเมินข้อมูลในรูปแบบการวิเคราะห์หีบทสนทนาแบบสามเส้า (Triangulation) โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ประกอบด้วย

(1) ด้านแหล่งข้อมูล (Data) พิจารณาจากเวลา สถานที่ ผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกันไป (2) ด้านตรวจด้วยวิธีการ (Method) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ต่างกันไป และ (3) ด้านตัวผู้วิจัย (Researcher) โดยใช้ นักวิจัยสำหรับเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ต่างกันไป (นิศา, 2555)

## ผลการวิจัย

1. การประเมินศักยภาพและการวางแผนการจัดการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักผู้ประกอบการ เริ่มต้นจากหลักแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในภายนอก (SWOT Analysis) ประกอบด้วย

จุดแข็ง (Strength) ของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง เป็นธุรกิจที่มีทำเลที่ตั้งเป็นของตนเอง จึงไม่ต้องลงทุนเรื่องของมูลค่าที่ดิน รวมถึงการใช้งบประมาณในการตกแต่งห้องพักที่มีมูลค่าที่ไม่สูงมาก อีกทั้งผู้ประกอบการและสมาชิกภายในครอบครัวยินดี ที่มีส่วนร่วมในการบริการด้วยอัธยาศัยไมตรี คำนึงถึงความรวดเร็วในขั้นตอนการดูแลเอาใจใส่ รวมถึงมีวิธีการศึกษาความต้องการของลูกค้าผ่านการสอบถามโดยทั่วไป สำหรับไฉ้งโฮมสเตย์มีการเฝ้าติดตามข้อคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ สามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าที่เป็นคนรุ่นใหม่และเกิดความต้องการกลับมาเข้าพักในครั้งต่อไป นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งของโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเกาะเกร็ด ได้แก่ วัดปรมัยยิกาวาส วัดเสารงทอง วัดนิมพลีสุทธาวาส พิพิธภัณฑ์วัดปรมัยยิกาวาส หอไทยนิทัศน์ กวานอามานที่แสดงเครื่องปั้นดินเผา วัดไผ่ล้อม คลองขนมหวาน และสวนเกร็ดพุทธ จึงเป็นทางเลือกแก่ลูกค้าจำนวนมากที่ตัดสินใจเลือกเข้าพักที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย

จุดอ่อน (Weakness) ของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ยังคงประสบปัญหาด้านการขาดแคลนบุคลากรในการดำเนินงานช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้งยังขาดงบประมาณในการจ้างแรงงานเสริมในช่วงฤดูกาลดังกล่าว รวมถึงธุรกิจที่พักโฮมสเตย์บางแห่งไม่มีการสร้างจุดเด่นในการดึงดูดลูกค้า เช่น การจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกที่ลูกค้าร้องขอในครั้งที่ผ่านมา นอกจากนี้ปัญหาที่พบของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ยังไม่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนห้องพัก เนื่องจาก

ขาดงบประมาณในการลงทุน รวมถึงทัศนคติของผู้ประกอบการบางรายที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับรายได้ในระยะยาว ส่งผลให้การบริการขาดความเอาใจใส่ที่ดีแก่ลูกค้า

โอกาส (Opportunities) ที่มีผลพวงมาจากนโยบายการเพิ่มจำนวนวันหยุดเทศกาลของภาครัฐบาลที่ส่งผลให้มีการจองห้องพักล่วงหน้าอย่างน้อย 1-2 เดือน รวมถึงศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยวในเขตเกาะเกร็ดมีข้อได้เปรียบในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเหมาะสมกับการเป็นดำเนินกิจกรรมทางศาสนาและประเพณีที่สืบทอดของชาติพันธุ์ท้องถิ่น อีกทั้งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี ส่งผลให้ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์สามารถเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งชุมชนควบคู่ไปด้วย นอกจากนี้ สถานการณ์ทางการแข่งขันภายในท้องถิ่นที่สูง เนื่องจากจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ในพื้นที่มีเพียง 3 แห่งเท่านั้น ตลอดจนภายในเขตพื้นที่ยังไม่มีสินค้าและบริการประเภทที่พักรูปแบบอื่นเข้ามาเป็นตัวเลือกทดแทน

อุปสรรค (Threats) การเดินทางมาเข้าพักก่อนไม่มีความสะดวกสบาย เนื่องจากถนนเส้นหลักที่ใช้ในการสัญจรมีขนาดเล็ก ส่งผลให้การเข้าถึงโฮมสเตย์ทำได้ยากขึ้น ในส่วนของสถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และบางพื้นที่มีความยากลำบากต่อการนำรถยนต์ส่วนบุคคล เนื่องจากลักษณะพื้นดินมีการปรับเปลี่ยนไปตามฤดูกาล สำหรับปัญหาทางสภาพเศรษฐกิจระดับประเทศในปัจจุบัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้ง 3 รายไม่กล้าที่จะตัดสินใจลงทุนสร้างห้องพักเพิ่มเติม รวมถึงการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในภายนอกของกิจการ ผู้วิจัยและผู้ประกอบการทั้ง 3 ราย พบว่า ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ดยังมีจุดบกพร่อง ที่กลุ่มผู้ประกอบการจะต้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุงนโยบายการจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอตามแนวคิดทฤษฎีของกระบวนการบริหารจัดการด้วยวงจร PDCA ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

#### 1.1 การวางแผน (Plan)

จากการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการทุกรายมีจุดเริ่มต้นของแผนดำเนินธุรกิจที่พักโฮมสเตย์คล้ายกัน โดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิกในครอบครัวที่ประกอบอาชีพหลักเป็นของตนเอง เช่น ช่างราชการ พนักงานบริษัทเอกชน เกษตรกร เป็นต้น สำหรับสมาชิกบางคนที่ไม่มียานพาหนะและเกษียณอายุราชการแล้ว จึงมีความคิดริเริ่มที่จะสร้างธุรกิจครอบครัวขนาดเล็ก รวมถึงการออกแบบพื้นที่ใช้สอยให้เกิดประโยชน์ สำหรับโดมโฮมสเตย์ มีจำนวนบ้านพักทั้งหมด 4 หลัง โดยกำหนดราคาของบ้านหลังใหญ่จำนวน 1 หลัง ราคา 800 บาท และบ้านหลังเล็กจำนวน 3 หลัง ราคา 600 บาท รวมถึงบ้านของผู้ประกอบการที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัยและใช้เป็นสถานที่รับประทานอาหาร สำหรับชมฟ้าโฮมสเตย์มีบ้านพักทั้งหมด 2 หลัง โดยหลังแรกเป็นบ้านหลังใหญ่ราคา 1,000 บาท สามารถแบ่งห้องพักย่อยออกเป็น 2 ห้อง คือ ห้องแฝด และห้องเดี่ยว พร้อมห้องน้ำส่วนตัว โดยลูกค้าสามารถเดินเข้า - ออก ถึงกันได้ทั้ง 2 ห้อง โดยสามารถรองรับกลุ่มลูกค้าที่มาเป็นคู่และมาเป็นหมู่คณะได้ ซึ่งการกำหนดราคาบ้านพักหลังเล็กในราคา 800 บาท โดยมีพื้นที่รับแขก คือ บ้านริมน้ำของเจ้าของธุรกิจที่อยู่ห่างจากโฮมสเตย์ 200 เมตร และที่สุดท้าย คือ เกาะเกร็ดโฮมสเตย์ มีบ้านพักจำนวน 2 หลัง ได้แก่ บ้านสวนกำหนดราคา 1,000 บาท เป็นบ้านหลังใหญ่สามารถรับรองลูกค้าได้ประมาณ 10 คน และระเบียบรักสามารถรองรับลูกค้าได้ 2 คน มีการออกแบบห้องพักให้สัมพันธ์กับบรรยากาศริมน้ำและกลางสวน มีพื้นที่รับรองลูกค้า คือ บ้านของผู้ประกอบการที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกัน โดยเริ่มดำเนินการปรับปรุงและตกแต่งบ้านของตนเองให้เป็นโฮมสเตย์ โดยใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ภายในบ้าน เพื่อเป็นต้นทุนระยะแรกเริ่มสำหรับการทำธุรกิจ อีกทั้งการจัดสรรภาระหน้าที่ของสมาชิกในครอบครัวที่จะมาดูแลลูกค้า เช่น หน้าที่การจัดเตรียมอาหารแต่ละมื้อระหว่าง หน้าที่การทำความสะอาดห้องพัก เป็นต้น

สำหรับการวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย พร้อมกับระยะเวลาในการปรับปรุงกิจการ โดยใช้ระยะเวลาทั้งหมด 1 เดือน เช่น ทาสี เปลี่ยนระบบน้ำประปา ระบบไฟฟ้า เป็นต้น พร้อมกับควบคุมค่าใช้จ่ายของกิจการให้อยู่ในงบประมาณที่ไม่สูงมากนัก อีกทั้งยังได้เปรียบของผู้ประกอบการทั้ง 3 ราย ไม่ต้องสรรหาทำเลที่ตั้งหรือซื้อที่ดินในราคาแพงจากผู้อื่น เนื่องจากมีที่ดินเป็นทรัพย์สินของตนเองอยู่แล้ว จึงช่วยลดภาระต้นทุนการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี แต่สิ่งที่จำเป็นต้องแบ่งหมวดหมู่ค่าใช้จ่าย ได้แก่ วัสดุ อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งของอุปโภคบริโภคภายในห้องพัก

### 1.2 การปฏิบัติตามขั้นตอนแผนงาน (Do)

จากการศึกษา พบว่า การแบ่งภาระหน้าที่ในการดำเนินงานภายในธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ให้มีความชัดเจน รวมถึงผู้ประกอบการไม่ได้ถูกระบุจำนวนคนที่ชัดเจน เช่น ใต้โฮมสเตย์ เนื่องจากเป็นธุรกิจครอบครัวขนาดเล็ก อีกทั้งธุรกิจที่พักโฮมสเตย์อีก 2 แห่ง เป็นเพียงการประกอบเป็นอาชีพเสริมเท่านั้น ไม่จำเป็นต้องอาศัยจำนวนพนักงานบริการจากภายนอก ซึ่งสมาชิกทุกคนภายในครอบครัวที่ละเว้นการปฏิบัติงานในแต่ละวัน จะต้องเข้ามาช่วยเหลือภาระงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ตามความเหมาะสมในแต่ละวัน เช่น เกาะเกร็ดโฮมสเตย์ โดยสมาชิกทุกคนที่อาศัยอยู่จะต้องให้บริการลูกค้าในวันหยุดสุดสัปดาห์ หรืออาจมีการปรับเปลี่ยนสมาชิกทำหน้าที่จัดรายการอาหาร การตรวจสอบรายชื่อลูกค้า ดูแลความเรียบร้อยของห้องพักที่มีการใช้บริการไปแล้ว รวมถึงหน้าที่เกี่ยวกับการบริการ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับวันว่างของสมาชิกในครอบครัวที่ให้บริการเพิ่มขึ้น

รูปแบบการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ได้เลือกใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น ใต้โฮมสเตย์ เพื่อให้ลูกค้ารับรู้ข้อมูลข่าวสาร จากนั้นจะนำเอาข้อคิดเห็นต่าง ๆ ไปดำเนินการปรับปรุงสภาพลักษณะของห้องพักและสภาพแวดล้อมโดยรอบ เพื่อการกระตุ้นจำนวนผู้เข้าชมและยอดการสำรองห้องพักจากกลุ่มลูกค้าที่นิยมใช้การสืบค้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก พร้อมทั้งการสอบถามรายละเอียดที่เป็นข้อสงสัยในการเดินทาง พร้อมกับการแพร่กระจายข้อมูลในรูปแบบการบอกต่อแบบปากต่อปาก จากกลุ่มลูกค้ารายเก่าที่เคยมาเข้ามาพักแล้ว สำหรับการเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ภายในห้องพักเป็นอุปกรณ์ชิ้นพื้นฐานทั่วไป เช่น ตู้เสื้อผ้า เตียงนอน เครื่องปรับอากาศ โทรทัศน์ น้ำดื่ม เป็นต้น โดยผู้ประกอบการต้องมีการจัดซื้อสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติมใหม่ในช่วงเวลาวันหยุดสุดสัปดาห์ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ต่าง ๆ บางรายการอาจชำรุดไม่สามารถใช้งานได้ตามความต้องการของลูกค้า

### 1.3 การตรวจสอบการดำเนินงาน (Check)

จากการศึกษา พบว่า การให้บริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง เป็นการให้บริการภายใต้แนวคิดการแสดงออกถึงความเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ ผ่านการพูดคุยเรื่องราวต่างๆ ซึ่งกันและกันระหว่างลูกค้ากับผู้ให้บริการ แนวคิดดังกล่าวยังเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการทุกรายให้ความสำคัญในการดำรงอัตลักษณ์ในการให้บริการเช่นนี้เอาไว้ ตั้งแต่เริ่มต้นก่อตั้งกิจการจนถึงปัจจุบัน โดยผู้ประกอบการจะต้องมาพิจารณาวิธีการให้บริการต้องไม่พบความบกพร่อง การส่งมอบบริการไปยังผู้รับบริการต้องสัมผัสได้ถึงความอบอุ่นเหมือนอยู่อาศัยภายในบ้านของตนเอง โดยไม่คิดค่าห้องเพิ่มในช่วงเทศกาล หรือช่วงวันหยุดระยะยาว (Long Weekend) เป็นช่วงเวลาที่ลูกค้าใช้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการที่ผู้ประกอบการเข้าพูดคุยข้อคิดเห็นกับลูกค้าที่เข้าพักทุกวัน เพื่อสอบถามความคาดหวังและความพึงพอใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการเพิ่มเติม อีกทั้งผู้ประกอบการบางรายดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบอย่างสม่ำเสมอ ดูแลรักษาความสะอาดของที่พัก พร้อมตรวจสอบความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้าตลอดระยะเวลา

### 1.4 การปรับปรุงแก้ไข (Act)

จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์บางรายไม่ได้คำนึงถึงผลกำไรมูลค่ามหาศาล เนื่องจากการทำธุรกิจที่พักโฮมสเตย์เป็นเพียงอาชีพเสริมให้กับครอบครัว ซึ่งสมาชิกบางคนมีภาระงานอาชีพที่มั่นคง ทำให้รายได้เป็นสิ่ง

ผู้ประกอบการไม่ได้ถูกนำมาพิจารณาเป็นเป้าหมายในการสร้างกำไรแบบรายเดือน - รายปี ต่างจากธุรกิจโรงแรมที่พักรูปแบบอื่น แต่สิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาความสำเร็จที่มีความยั่งยืน โดยการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นจากการสอบถามความคิดเห็นจากลูกค้า และบทวิจารณ์จากสื่อสังคมออนไลน์ พร้อมนำเอาข้อคิดเห็นต่างๆ กลับมาพัฒนาแก้ไขปัญหาเพื่อสนับสนุนให้กิจการสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ (1) การจัดการขยะและสิ่งปฏิกูลภายในบริเวณทำเลที่ตั้งเนื่องจากเขตพื้นที่เกาะเกร็ดสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ โดยสมาชิกภายในชุมชนให้ความร่วมมือช่วยกันแนะนำนักท่องเที่ยวให้ช่วยกันรักษาความสะอาดไม่ทิ้งขยะลงในแม่น้ำ มีระบบการจัดเก็บขยะที่เป็นสัดส่วนและนำทรัพยากรทางต่างๆ ภายในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยจะต้องไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (2) การร่วมกันดำรงรักษาซึ่งชาติพันธุ์ของชุมชนท้องถิ่นให้คงอยู่ การนำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีให้กับลูกค้าได้เข้ามามีส่วนร่วมในเทศกาลต่าง ๆ การชมกิจกรรมการแสดงวัฒนธรรมแบบผสมผสานไทย - มอญ ณ ลานแสดงวัฒนธรรม วัดไผ่ล้อม ทุกวันอาทิตย์ตั้งแต่เวลา 12.00 น. เป็นต้นไป (3) การสนับสนุนกิจกรรมการเรียนรู้ภายในพื้นที่เกาะเกร็ด เช่น การปั่นจักรยานรอบเกาะ การนั่งเรือเที่ยวชมรอบเกาะเกร็ด การซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ตลาดน้ำแสงสิริธรรม และการเรียนรู้วิธีการทำเครื่องปั้นดินเผาจากชุมชน เพื่อให้ผู้มาเยือนเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถึงประสบการณ์ที่แปลกใหม่ สร้างความเข้าใจที่ดีต่อชุมชน

2. กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่งในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยใช้แนวคิดทฤษฎีคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติ ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปผลการศึกษาค้นคว้าเป็นลักษณะดังนี้

2.1 มิติที่ 1 ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานการให้บริการ (Reliability) จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง มีแนวทางการส่งมอบบริการกับลูกค้าเปรียบเสมือนสมาชิกคนในครอบครัวเดียวกัน มีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับกิจกรรมภายในท้องถิ่นที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงการมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในครอบครัวทุกคน สำหรับการช่วยดูแลทรัพย์สินของผู้เข้าพักอย่างใกล้ชิด อีกทั้งผู้ให้บริการจะทำหน้าที่ในการกำหนดอัตราค่าบริการที่ไม่สูงจนเกินไป เนื่องจากไม่ให้ความสำคัญกับผลกำไรที่มหาศาล ซึ่งเป็นแนวคิดดั้งเดิมที่ตั้งแต่เริ่มต้นก่อตั้งกิจการจากอดีตจนถึงปัจจุบัน

2.2 มิติที่ 2 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ดำเนินถึงขั้นตอนการบริการที่รวดเร็ว พร้อมเฝ้าสังเกตพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละรายที่แสดงความต้องการเกี่ยวกับการบริการต่าง ๆ เนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องอาศัยอยู่ที่ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ตลอดเวลาในระหว่างที่มีลูกค้า จึงมีความพร้อมต่อการดูแลทำความสะอาดของห้องพัก พร้อมจัดเตรียมอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในห้องพักอาศัยให้เพียงพอและทันต่อเวลาการเดินทางมาเข้าพักของลูกค้า ในกรณีที่ลูกค้าผู้เข้าพักมีความต้องการที่จะเข้าพักก่อนเวลา หากมีจำนวนห้องพักว่างไม่มีการจองห้องพัก หรือไม่มีใครเข้าพัก ผู้ประกอบการจะอนุญาตให้เข้าพักโดยไม่คิดราคาเพิ่มก่อนเวลา

2.3 มิติที่ 3 ความมั่นใจได้ (Assurance) จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์บางแห่ง เช่น โฮมสเตย์ ที่มีผู้เข้าพักนำเอาประสบการณ์จากการเข้าพักไปบอกเล่าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) บล็อก (Blog) เพื่อสร้างหลักประกันแก่ผู้เข้าพักรายใหม่ที่สืบค้นความคิดเห็นเกี่ยวกับที่พักย้อนหลังจากผู้อื่นที่มีประสบการณ์เข้าพักในครั้งก่อน รวมถึงการดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมชาวสวนอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การนำเสนอรูปภาพของห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก รายการอาหารพื้นบ้าน สภาพแวดล้อมภายนอกบริเวณ และกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับผู้เข้าพัก สำหรับโฮมสเตย์และชมฟ้าโฮมสเตย์ ยังให้ลูกค้าได้บันทึกความรู้สึกและภาพถ่าย เพื่อใช้เป็นหลักประกันคุณภาพบริการแก่ลูกค้ารายใหม่ที่เดินทางมาเข้าพัก นอกจากนี้ ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ ทั้ง 3 แห่ง สอดคล้อง

มาตรฐานของโฮมสเตย์ไทยในปี พ.ศ. 2556 ในด้านของมาตรฐานที่ 4 ความมีอัธยาศัยไมตรีของผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือนในการต้อนรับและสร้างความคุ้นเคยให้แก่ลูกค้าที่มาเข้าพักอย่างต่อเนื่อง

2.4 มิติที่ 4 ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจลูกค้า (Empathy) จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง มีความเข้าใจและแสดงออกถึงความเห็นอกเห็นใจผู้เข้าพักแต่ละราย ที่มีพฤติกรรมความต้องการที่แตกต่างกันไป สำหรับกลุ่มวัยรุ่นชอบที่ชื่นชอบทำกิจกรรมการประกอบอาหารเป็นหมู่คณะ ทางเกาะเกร็ดโฮมสเตย์ได้มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการปรุงอาหารไว้ให้เพียงพอต่อจำนวนสมาชิก สำหรับกลุ่มชาวต่างชาติที่ชื่นชอบความเรียบง่ายของธรรมชาติ รวมถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมที่เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีไทย โดยสามารถนำวัตถุดิบที่ปลูกได้ในบริเวณที่พักไปใช้ประกอบอาหารได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการทั้ง 3 ราย ได้คัดสรรรายการอาหารไทยที่มีรสชาติพื้นเมืองที่มีความเหมาะสม ไม่เผ็ดร้อน หรือมีรสชาติจัดจ้านจนเกินไป กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสามารถรับประทานได้ในขณะที่ตั้งใจโฮมสเตย์ที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถเข้ามาเรียนรู้วิธีการประกอบอาหารพื้นถิ่นอย่างใกล้ชิด โดยผู้ประกอบการจะต้องอาศัยทักษะทางด้านปัญหาในการวิเคราะห์การความต้องการลูกค้าเปรียบเสมือนตนเองกำลังรับบริการ จำเป็นต้องได้รับการตอบสนองอย่างถูกต้องตามลักษณะพฤติกรรมที่แท้จริงของลูกค้า

2.5 มิติที่ 5 การบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibility) จากการศึกษา พบว่า โฮมสเตย์ จะมีลักษณะเป็นบ้านไม้ ที่มีการจัดสรรพื้นที่ให้มีได้ดูบ้าน พร้อมกับระเบียงหน้าบ้านไว้สำหรับนั่งเล่น สำหรับชมฟ้าโฮมสเตย์จะมีลักษณะเป็นบ้านชั้นเดียวขนาดใหญ่สองหลังตั้งอยู่ภายในเขตชุมชน สามารถแบ่งห้องพักขนาดใหญ่ออกเป็นห้องแฝด ที่มีความคล้ายคลึงกับห้องนั่งเล่นและห้องนอนจำนวน 2 ห้อง แต่ละห้องสามารถเปิดประตูเชื่อมถึงกันได้และสามารถเปิดบริการห้องพักแยกเป็นอีก 1 ห้องพัก ที่มีห้องน้ำภายในตัว และบ้านหลังเล็ก 1 หลัง ที่มีห้องนอน 1 ห้อง ร่วมกับห้องน้ำส่วนตัว ตลอดจนการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักอย่างครบครัน ได้แก่ เตียงนอน หมอน ผ้าห่ม ที่นอนเสริม ตู้เย็น พร้อมเครื่องต้ม รวมถึงการจัดเตรียมอุปกรณ์อาบน้ำ เช่น แปรงสีฟัน ยาสีฟัน แชมพู ผ้าขนหนู สบู่ นอกจากนี้ การบริการอาหารเช้าที่หลากหลายรายการให้ลูกค้าได้เลือกสรรตามความต้องการ โดยมีทำเลที่ตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติพร้อมกับบรรยากาศที่ร่มรื่น สามารถเดินทางไปเยี่ยมชมรอบสวนพืชผักสวนครัวและสวนผลไม้ พร้อมกับเรือพายไว้ให้บริการแก่ลูกค้าที่เข้าพักได้เข้าไปสัมผัสบรรยากาศอันเงียบสงบในสวนหลังบ้าน อีกทั้งยังสามารถออกไปเยี่ยมชมเลือกซื้อสินค้าจากแหล่งชุมชนที่มีสินค้าและรายการอาหาร โดยมีบริการรถจักรยานยนต์และจักรยานเช่าปั่น สำหรับเกาะเกร็ดโฮมสเตย์ จะลักษณะเป็นเรือนพักแรมยกพื้นที่ พร้อมกับระเบียงขนาดเล็กสำหรับการรับชมบรรยากาศ และเรือนพักแรมบนพื้นน้ำแยกเป็นหลังอาคารเรือน

## สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. การประเมินศักยภาพและการวางแผนการจัดการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตามหลักแนวคิดทฤษฎีการวิเคราะห์ปัจจัยภายในภายนอก (SWOT Analysis) เพื่อนำผลที่ได้มาใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการ พบว่า ด้านจุดแข็ง (Strength) ของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ ทั้ง 3 แห่ง คือ การใช้สินทรัพย์ส่วนบุคคลสำหรับการพักอาศัยมาดัดแปลงเป็นที่พัก ให้เกิดความน่าสนใจในสายตาของลูกค้าได้ โดยการกำหนดราคาที่ไม่สูงจนเกินไป รวมไปถึงการบริการที่รวดเร็วตามความต้องการของลูกค้าและอัธยาศัยของผู้ประกอบการที่ทำให้ลูกค้าประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ด้านจุดอ่อน (Weakness) ของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์บางแห่งยังขาดบุคลากรในการดำเนินงาน ขาดงบประมาณในการจ้างแรงงานห้องพักที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ไม่มีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนห้องพัก เนื่องจากขาดงบประมาณในการลงทุนและเพิ่มจำนวนพนักงานที่ให้บริการ ด้านโอกาส (Opportunities) ภายในแหล่ง



ชุมชนใกล้กับบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สามารถขายห้องพักได้ตลอดโดยเฉพาะในช่วงวันหยุดยาวหรือช่วงเทศกาล โดยจะมีการจองล่วงหน้าประมาณหนึ่งเดือน เนื่องจากการท่องเที่ยวในเขตเกาะเกร็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมที่น่าสนใจที่สัมผัสกับชุมชนอย่างใกล้ชิดและประกอบพิธีกรรมทางศาสนา เพื่อเสริมสร้างความเป็นสิริมงคล ด้านอุปสรรค (Threats) เกี่ยวข้องกับการเดินทางมาเข้าพักอาศัยที่ยากลำบาก เนื่องจากมีถนนขนาดเล็กและโฮมสเตย์บางแห่งมีสถานที่จอดรถที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการจอดรถระยะยาวข้ามคืน โดยลักษณะของสภาพพื้นที่ปรับเปลี่ยนไปตามความแปรปรวนของธรรมชาติและฤดูกาล สำหรับสภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นในปัจจุบัน ประกอบกับค่านิยมของคนท้องถิ่นที่ไม่กล้าลงทุนการทำธุรกิจส่วนตัวเพิ่มเติม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการทั้ง 3 รายยังขาดการสนับสนุนงบประมาณและการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐบาล สอดคล้องกับงานวิจัยของสุริยา อุไรรัตน์ (2554) การนำเอาเอกลักษณ์ด้านความหลากหลายของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นองค์ประกอบที่สามารถดึงดูดความสนใจและเป็นจุดแข็งที่ใช้ประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว สำหรับการสนับสนุนจากภาครัฐต่อแหล่งท่องเที่ยว คือ การเพิ่มเติมสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งภายในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน

1.1 การวางแผน (Plan) จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง มีกระบวนการวางแผนอย่างเป็นระบบ ทั้งในด้านงบประมาณ บุคลากร อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ภายในโฮมสเตย์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Abhijit (2016) อธิบายว่าการวางแผน (Plan) ในเชิงธุรกิจเป็นการกำหนดแนวทางการเปลี่ยนแปลงขององค์กรในอนาคต โดยจะต้องทำความเข้าใจถึงสภาพปัญหา เพื่อนำไปพัฒนาวิธีการหรือขั้นตอนสำหรับการแก้ไขปัญหาที่ผ่านการทดสอบความน่าเชื่อถือแล้ว มีขั้นตอนดังนี้ (1) การจัดลำดับความสำคัญของโอกาสในการปรับปรุงคุณภาพ (2) การสร้างวัตถุประสงค์โดยการตั้งคำถาม รวมถึงกลุ่มเป้าหมายที่จะต้องดำเนินการและการกำหนดตัวเลขในการชี้วัด (3) การอธิบายกระบวนการปฏิบัติงานที่มีความเป็นแบบแผนซึ่งง่ายต่อความเข้าใจ (4) การมีแหล่งข้อมูลสำหรับใช้รวบรวมข้อมูลสำคัญขององค์กร (5) การวิเคราะห์สาเหตุและวิธีการแก้ไขปัญหาการดำเนินงาน อีกทั้งการวางแผนของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์มีความสอดคล้องแนวคิดของ อนุศักดิ์ จีนไพศาล (2558) ที่อธิบายว่าการวางแผน คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กรให้ชัดเจน ถูกสร้างขึ้นมาสืบสนับสนุนให้องค์กรเกิดความพร้อม พนักงานจะต้องสามารถปฏิบัติงานได้จริง และสอดคล้องกับความหมายของ ชนิกันต์ เรียรสูตร (2551) ที่กล่าวว่า การวางแผนหมายถึง การกำหนดหัวข้อที่ต้องการพัฒนาสิ่งใหม่ ช่วยผู้บริหารสามารถคาดการณ์สิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต เช่น ด้านแรงงาน ด้านวัตถุดิบ ด้านการเงินอื่น ๆ ด้านระยะเวลาและชั่วโมงการทำงาน เป็นต้น รวมถึงมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของจินตนา กงเพชร (2558) ผลการศึกษา พบว่า การพัฒนารูปแบบของหมู่บ้านโฮมสเตย์ ต้องเริ่มต้นจากการสำรวจสภาพแวดล้อมชุมชน เพื่อนำไปสู่การวางแผนดำเนินงาน และสามารถรับสมัครสมาชิกกลุ่มธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ให้เพิ่มขึ้นเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นต่อไป

1.2 การปฏิบัติตามขั้นตอนแผนงาน (Do) จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง มีการปฏิบัติตามแผนงานที่กำหนดไว้ โดยอาศัยความร่วมมือกันระหว่างสมาชิกในครอบครัว เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็กสามารถบริหารจัดการได้อย่างอิสระ มีการประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ผ่านทางสังคมออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ไลน์ (Line) บล็อก (Blog) เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถที่จะเข้าถึงได้ง่าย สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ วีรพันธ์ เกษสังข์ (2559) ที่กล่าวว่า การลงมือปฏิบัติตามแผนงานที่องค์กรได้กำหนดไว้อย่างมีวินัย พร้อมด้วยทักษะการบริหารถูกนำมาใช้ตลอดระยะเวลาการลงมือปฏิบัติ เพื่อดำเนินการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามทางเลือกที่ได้กำหนดไว้ในขั้นตอนการวางแผน มีการตรวจสอบระหว่างการปฏิบัติงานว่ามีการดำเนินไปในทิศทางใด พร้อมกับเลือกวิธีการสื่อสารให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชูติมา วุฒิสิลป์ (2558) พบว่า ความคาดหวังและความพอใจในการใช้บริการธุรกิจที่พัก

แบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ลูกค้า มีความพอใจระดับมากที่สุดในด้านการประชาสัมพันธ์ตามช่องทางต่าง ๆ ซึ่งผลตอบรับแสดงให้เห็นว่าโฮมสเตย์สามารถใช้การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจมาใช้บริการอีกครั้ง อย่างไรก็ตามขั้นตอนการปฏิบัติตามแผนยังสอดคล้องกับคำแนะนำของ Michal และ Joanna (2015) อธิบายว่าหลักการปฏิบัติ (DO) ในวงจร PDCA เป็นกระบวนการกำหนดพันธกิจ พร้อมกับการกำหนดขอบเขตหรือข้อจำกัดที่องค์กรไม่สามารถปฏิบัติได้ เพื่อนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กรต่อไป

1.3 การตรวจสอบการดำเนินงาน (Check) จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง มีการให้บริการอย่างเป็นกันเองแก่ลูกค้าที่มาเข้าพัก โดยไม่มีความขาดตกบกพร่องในการบริการทุกรูปแบบ ทำให้ลูกค้าเข้าพักเกิดความประทับใจและอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง นำไปสู่การบอกต่อถึงการบริการแบบปากต่อปากของลูกค้า สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Eirin และ Khut (2011) ที่นำเสนอเกี่ยวกับกระบวนการตรวจสอบการพัฒนามลิตภัณฑ์ตามความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะต้องอาศัยการประชุมเพื่อวางแผนและการตรวจสอบจะสิ้นสุดลง เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยมีระยะเวลาเป็นสิ่งชี้วัดความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ อนุศักดิ์ อินเฬาศาล (2558) ที่กล่าวว่า การตรวจสอบผลการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนของแผนงานเกี่ยวกับปัญหาที่คาดว่าจะเกิดขึ้น จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนแก้ไขแผนงานในแต่ละขั้นตอน ซึ่งจะต้องให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความเที่ยงตรงเชื่อถือได้ รวมถึงยังสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของชุนิกานต์ เขียรสูตร (2551) ที่กล่าวว่า การตรวจสอบ คือ การประเมินผลที่ได้รับจากการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงว่ามีการปฏิบัติให้บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ สำหรับข้อมูลที่ได้จากการตรวจสอบจะต้องเป็นประโยชน์ในขั้นตอนถัดไป

1.4 การปรับปรุงแก้ไข (Act) จากผลการวิจัย พบว่า ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ดำเนินกิจการโดยไม่คาดหวังผลกำไรจากการดำเนิน รายได้จึงไม่ใช่สิ่งที่มีผู้ประกอบการนำมาชี้วัดเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจที่พักประเภทอื่น สำหรับการนำปัญหาและข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นจากการบริการเข้ามาปรับปรุงแก้ไข เพื่อยกระดับคุณภาพที่ดีของโฮมสเตย์ หากเกิดเหตุฉุกเฉินต่อลูกค้าผู้ประกอบการระดับท้องถิ่นจะต้องเตรียมความพร้อมต่อข้อร้องเรียนในกระบวนการต่าง ๆ มีการปรับปรุงแก้ไขคุณภาพให้ดีขึ้น รวมทั้งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วีรพันธ์ เกษสังข์ (2559) พบว่า ขั้นตอนการปรับเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติงาน เพื่อให้ผลลัพธ์กลับมาอยู่ในแผนงานหรือเส้นทางสู่เป้าหมายตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งกระบวนการปรับปรุงเริ่มต้นจากการวิเคราะห์สาเหตุที่ทำให้ผลลัพธ์ที่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ เกิดจากองค์ประกอบหรือปัจจัยภายในและภายนอก จำเป็นที่จะต้องแก้ไขวิธีการดำเนินงานใหม่ทั้งหมด ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลวิจัย นันทนา อินสว่าง และคณะ (2559) ผลการศึกษา พบว่า ธุรกิจที่พักขนาดเล็กจะมีการบริการที่เป็นเลิศ สนับสนุนการสร้าง ความเข้าใจผู้บริโภคและสามารถตอบสนองได้อย่างเต็มที่ ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานของพนักงานที่คอยให้บริการ สามารถเตรียมพร้อมวางแผนแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่งานวิจัยของ Sokovic และ Pavletic (2007) อธิบายถึงวิธีการปรับปรุงแก้ไข เป็นกระบวนการบูรณาการที่จะต้องปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงานให้เข้ากับมาตรฐานที่กำกับองค์กร เช่น การปฏิบัติตามมาตรฐาน ISO 9001 รวมถึงการปรับแก้วิธีการทำงานให้ตรงตามวัฒนธรรมองค์กรที่สืบเนื่องปฏิบัติกันมาช้านาน ตลอดจนระบบการจัดการสิ่งแวดล้อมที่จะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อลักษณะทางกายภาพและสังคมแวดล้อมที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต

2 กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ทั้ง 3 แห่ง ในเขตพื้นที่ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยใช้แนวคิดทฤษฎีคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติ ประกอบด้วย

2.1 มิติที่ 1 ความเชื่อถือได้ในมาตรฐานการให้บริการ (Reliability) ธุรกิจที่พักโฮมสเตย์มีการบริการดำเนินการภายใต้คำมั่นสัญญาที่เคยประกาศออกไป ได้แก่ (1) การประชาสัมพันธ์รูปภาพของสภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพัก (2) การรักษามาตรฐานด้านราคาโดยไม่มีการเพิ่มค่าบริการในฤดูกาลท่องเที่ยวของประเทศไทย

สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องจิตวิทยาและคุณภาพบริการท่องเที่ยวของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภัทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน (2557) ที่อธิบายว่า ความเชื่อถือได้ในธุรกิจบริการ โดยจะต้องคำนึงถึงเป็นความสม่ำเสมอของผลงานบริการท่องเที่ยวที่ส่งมอบให้กับลูกค้า การรักษาคำมั่นสัญญา และเป็นสิ่งที่พึงพาของลูกค้า เมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับการดำเนินงาน รวมถึงความเชื่อถือได้ในมาตรฐานการให้บริการ

2.2 มิติที่ 2 การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ธุรกิจที่พึงโฮมสเตย์มีการตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทราบถึงความต้องการของลูกค้าที่กำลังเผชิญหน้ากับปัญหาต่าง ๆ ผ่านวิธีการสอบถามพูดคุยและการเฝ้าสังเกตพฤติกรรมอย่างใกล้ชิด สอดคล้องกับแนวคิดของชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) อธิบายว่า การบริการที่นำเชื่อถือต้องอาศัยความรวดเร็วเป็นตัวชี้วัดความตั้งใจของพนักงานที่จะช่วยเหลือลูกค้า โดยไม่ให้อารมณ์เสียหรือความไม่พอใจของลูกค้า การบริการอย่างไม่ละเลย ความรวดเร็วที่มีประสิทธิภาพจะต้องมาจากพนักงานและกระบวนการในการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการตลาดบริการของ ฤดี หลิมไพโรจน์ (2557) อธิบายได้ว่า การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว แม้ความต้องการจะมีความแตกต่างไม่เคยพบมาก่อน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องของ วสันต์ กานต์วรรัตน์ (2557) ที่อธิบายว่าหลักการประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าในธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก พบว่า สิ่งที่สำคัญคือ การที่พนักงานบริการแสดงออกถึงความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือแก้ไขปัญหาและการให้บริการที่รวดเร็ว

2.3 มิติที่ 3 ความมั่นใจได้ (Assurance) ธุรกิจที่พึงโฮมสเตย์มีการดูแลลูกค้าด้วยอัธยาศัยไมตรีที่แสดงออกถึงความนอบน้อมและสุภาพอ่อนโยน เสมือนกับการเป็นสมาชิกคนสำคัญภายในบ้านอีกหนึ่งคน โดยจะมุ่งเน้นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจตั้งแต่เริ่มต้นจากการใช้ภาษาการสื่อสารที่แสดงออกถึงอารมณ์ความรู้สึกร่วม โดยผู้ให้บริการจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการเรียนรู้ที่น่าสนใจ อีกทั้งผู้ประกอบการทุกรายควรแสดงออกถึงหลักจริยธรรมในการไม่เอาเปรียบลูกค้า พร้อมช่วยเหลือดูแลความปลอดภัยตลอดระยะเวลาที่เข้าพักอาศัย สิ่งผู้ประกอบการโฮมสเตย์ไม่ได้กล่าวถึง หรือมีหลักฐานชัดเจนจากการศึกษาค้นคว้าคือ มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย อาจส่งผลต่อความมั่นใจของลูกค้าที่เข้าพัก สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ กฤษณา รัตนพฤษ (2545) อธิบายว่า พนักงานมีความรู้ มีอัธยาศัย มีความสามารถทำให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่น รวมถึงการแสดงผลงานที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานขององค์กรด้วย เช่น ISO 9001 : 2000 หรือรางวัลจากสถาบันต่าง ๆ การันตีมาตรฐานการบริการจากหน่วยงานของภาครัฐบาลหรือองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

2.4 มิติที่ 4 ความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจลูกค้า (Empathy) การก่อนตั้งกิจการดำเนินอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้า สามารถควบคุมระดับอารมณ์ให้เหมาะสมกับการบริการแต่ละครั้งอย่างมืออาชีพ สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546) อธิบายว่า การดูแลเอาใจใส่ให้บริการอย่างตั้งอกตั้งใจ เนื่องจากรับรู้ถึงปัญหาหรือความต้องการของลูกค้าต้องการตอบสนอง เน้นการบริการและการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้าแบบรายบุคคล ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีการสื่อสารส่งผ่านอารมณ์ในระดับเดียวกับลูกค้า นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วลัยรัชช วรรณรัตน์ (2557) พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม มาจากปัจจัยส่วนสมทางการตลาดในด้าน บุคคลากรที่มีความเอาใจใส่และความกระตือรือร้นในการให้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

2.5 มิติที่ 5 การบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibility) ธุรกิจที่พึงโฮมสเตย์มีการนำเสนอการบริการด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับดำเนินชีวิตประจำวันเป็นหลัก รวมถึงการตกแต่งบริเวณโดยรอบของแหล่งที่พักอาศัยให้เกิดความสะอาดและสวยงาม รวมถึงการกำหนดบุคลิกภาพของสมาชิกภายในครอบครัวที่ให้บริการที่มีความเป็นมืออาชีพในสายตาของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของระชานนท์ ทวีผล และ ธีระวัฒน์ จันทิก (2560) ลักษณะทางกายภาพของโรงแรม

ขนาดเล็ก ได้แก่ โครงสร้างอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องมืออุปกรณ์ และเครื่องแบบพนักงานบริการ เป็นสิ่งที่มีผู้ประกอบจะต้องจัดสรรพื้นที่และออกแบบให้เกิดความน่าสนใจ สามารถนำศิลปะและวัฒนธรรมของท้องถิ่นเข้ามาผสมผสาน เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น ๆ

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1.1 จากการศึกษา พบว่า กระบวนการให้บริการของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์มีความคล้ายคลึงกันทั้ง 3 แห่ง รวมถึงรูปลักษณะของสภาพแวดล้อมภายนอกของโฮมสเตย์ ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้มีส่วนร่วมในการให้บริการจะต้องพัฒนาคุณภาพการบริการด้านความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจลูกค้า (Empathy) ที่จะต้องเก็บบันทึกข้อมูลสำคัญของลูกค้ารายเก่า เพื่อนำมาศึกษาลักษณะของพฤติกรรมเชิงลึกและเตรียมความพร้อมสำหรับการให้บริการใช้บริการครั้งต่อไป รวมถึงด้านการบริการที่เป็นรูปธรรม (Tangibility) โดยการนำเอาวัฒนธรรมและศิลปะท้องถิ่นเข้ามาตกแต่งสภาพแวดล้อมทางกายภาพของธุรกิจที่พักโฮมสเตย์ รวมถึงเครื่องต่างตกแต่งภายในเมือง เพื่อให้เป็นเครื่องแบบของพนักงานผู้ให้บริการ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของโฮมสเตย์ในพื้นที่ให้มีความโดดเด่นมากกว่าโฮมสเตย์พื้นที่อื่น ๆ ตลอดจนการเพิ่มจำนวนบุคลากรในช่วงฤดูกาลการท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนความรวดเร็วในการบริการและเพียงพอต่อจำนวนลูกค้า

1.2 จากการศึกษา พบว่า การปฏิบัติตามนโยบายมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยไม่ได้เป็นสิ่งที่มีผู้ประกอบการให้ความสำคัญหรือถูกนำเสนอ รวมถึงการพัฒนาทักษะความรู้ในการให้บริการและทักษะด้านภาษาต่างประเทศเป็นสิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการควรส่งเสริมให้เกิดการฝึกอบรม เพื่อยกระดับความสามารถในการให้บริการอย่างมืออาชีพ

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากการศึกษาในครั้งนี้ เป็นเพียงการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีเป็นหลัก อาจได้เพียงประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการของผู้ประกอบการเท่านั้น การศึกษาจำเป็นต้องขยายขอบเขตผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยประเด็นที่แตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เกาะเกร็ด หรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับจังหวัดนนทบุรี นอกจากนี้ ยังสามารถกำหนดประเด็นการศึกษาในเขตพื้นที่อื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงผลลัพธ์ทางการศึกษาในพื้นที่ที่มีความแตกต่างกันออกไป

2.2 จากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยที่สนใจในการศึกษาปรากฏการณ์ที่สืบเนื่อง ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้แนวคิดทฤษฎีอื่นๆ เช่น ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision Process) เป็นต้น เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการพัฒนาและปรับใช้กับกลยุทธ์แก่ธุรกิจ โดยใช้วิธีวิทยาแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) หรือการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)

## รายการอ้างอิง

กรมการท่องเที่ยว. (5 กันยายน 2559). *สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวพฤษภาคม 2559*. สืบค้นจาก

<http://newdot2.samartmultimedia.com/aHR0cDovL25ld2RvdDluc2FtYXJ0bXVsdGlZw>.

- กลุ่มงานส่งเสริมการท่องเที่ยวสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น. (5 กันยายน 2559). ไม่ปรากฏปีที่ตีพิมพ์. เอกสารประกอบการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์. สืบค้นจาก [www.khonkaen.go.th/kk\\_km4/Homestay.doc](http://www.khonkaen.go.th/kk_km4/Homestay.doc).
- กาญจนา สุคันธสิริกุล และคณะวิจัย. (2558). การพัฒนาศักยภาพการตลาดบริการของโฮมสเตย์ที่ได้รับรองมาตรฐานในจังหวัดนครราชสีมา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ, นครราชสีมา.
- กฤษณ์ ชุนลึก. (10 กันยายน 2559). *Swot matrix*. สืบค้นจาก <http://slidegur.com/doc/77189/>.
- จินตนา กงเพชร. (2558). การพัฒนารูปแบบหมู่บ้านโฮมสเตย์เพื่อการบริหารการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จังหวัดหนองบัวลำภู. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*. 9(3), 166-183.
- ชาย โพลีลิตา. (2556). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: อัมรินทร์ปริ้นท์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ชุตินา วุฒิสิลปี. (2558). ความคาดหวังและความพึงพอใจในการใช้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *Veridian E-Journal Slipakorn University*. 8(2), 2066-2079.
- ชนิกานต์ เรียรสุตร. (20 ตุลาคม 2559). *วงจร PDCA คืออะไร?*. สืบค้นจาก [www.nym.pkn2.go.th/PDCA.doc](http://www.nym.pkn2.go.th/PDCA.doc).
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). *การตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2 มีนาคม 2559). ปี'59 ธุรกิจโรงแรมเติบโตร้อยละ 4.7-6.0 การลงทุนต่างจังหวัดขยายตัว. สืบค้นจาก <http://www.hooninside.com/news-detail.php?id=587019>.
- นันทนา อินสว่าง และคณะ. (2559). จุดเริ่มต้นแห่งความสำเร็จของ "สะพานเป็โฮสเทล. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารจัดการ ครั้งที่ 8 วันที่ 2 กรกฎาคม 2559 คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นิตา ชูโต. (2551). *การวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพฯ: พรินโพร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และ พรภัทรวดี วงศ์ปิ่นทะนัน. (2557). *จิตวิทยาบริการและคุณภาพบริการ*. นนทบุรี: ห้างหุ้นส่วนจำกัด เฟิร์นเซาหลวง พรินท์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ไปด้วยกัน. (5 กันยายน 2559). *เกาะเกร็ด*. สืบค้นจาก <http://www.paiduaykan.com/province/central/nonthaburi/kohkred.html>.
- ระชานนท์ ทวีผล และ อีระวัฒน์ จันทร์. (2560). การให้บริการแบบมืออาชีพของโรงแรมบูติก ในเขตอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี และเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวิชาการวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 12(1).
- ฤดี หลิมไพโรจน์. (2557). *การตลาดบริการ*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วลัญช์รัช วรรณรัตน์. (2557). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในรูปแบบโฮมสเตย์ อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ*. 4(2), 145-168.
- วสันต์ กานต์วรรณ. (2557). การประเมินคุณภาพการบริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมบูติก กรณีศึกษาโรงแรมเชียงใหม่ แมนชั่น. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*. 15(27), 3-15.
- วีรพันธ์ เกษสังข์. (20 ตุลาคม 2559). *PDCA คืออะไร และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้ตัวเราได้อย่างไร?*. สืบค้นจาก <http://www.entaining.net/pdca.php>.

- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2558). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดแควรวาวพรีนติ้ง.
- สุริญา อุไรรัตน์. (2554). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบริเวณทะเลสาบสงขลา*. (หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว.
- อนุศักดิ์ ชื่นไพศาล. (2558). *การบริหารงานและคุณภาพในองค์กร*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- อระนุช โกศล และ โชคชัย สุทธาเวศ. (2557). การจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารการเมืองการปกครองประเด็นปัญหาปัจจุบันในอาเซียน*. 4(1), 220-230.
- Abhijit, C. (2016). Importance of PDCA cycle for SMEs. *SSRG International Journal of Mechanical Engineering (SSRG-IJME)*, 3(5), 30-34.
- Ahmad, O. (2011). Strategy, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) analysis for farming system businesses management: Case of wheat famers of Shadervan District, Shoushtar Township, Iran. *African Journal of Business Management*, 5(22), 9448-9454.
- Eirin, L. & Khut, E. (2011). An Examination of Application of Plan-Do-Check-Act Cycle in Product Development. *International Conference of Engineering Design, ICED 11*, 15-18 August.
- Henry, R. (1987). Deming 14 Points for Management: Frame Work Success. *Journal of the Royal Statistical Society. Series D (The Statistician)*, 36(5), 561-570.
- Michal, P. & Joanna, P. (2015). Framework of Strategic Learning: The PDCA Cycle. *Management Journal*, 10(2), 149-161.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Riston, N. (2008). *Strategic Management*. Neil Riston and Ventus. Publishing APS, ISBN 978-87-7681-417-5.
- Sokovic, M. & Pavletic, D. (2007). Quality Improvement – PDCA Cycle vs. DMAIC and DFSS. *Journal of Mechanical Engineering*, 53(6), 369-378.