

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาบ้านปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

Guideline for Service Quality Development of Homestay Business to Promote Tourism: A Case Study of Baan Prasat Homestay, Nakhon Ratchasima Province

ชลิต เฉียบพิมาย^{1*} และทัศนีย์ สิริวิทยกุล²

Chalit Chiabphimai^{1*} and Tassanee Sirariyakul²

Received: October 21, 2020; Revised: March 5, 2021; Accepted: March 5, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการณ์การบริการของธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท โดยมีบ้านปราสาทโฮมสเตย์เป็นกรณีศึกษา 2) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของบ้านปราสาทโฮมสเตย์ ผลการวิจัยพบว่า 1. สภาพการณ์การบริการของธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทบ้านปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ 1.1 จุดเด่น การตกแต่งบ้านพักและการแต่งกายของเจ้าของบ้านพักแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น 1.2 จุดด้อย สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับผู้เข้าพักและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยไม่เพียงพอต่อการบริการ 1.3 โอกาส เจ้าของบ้านพักให้บริการด้วยไมตรีจิตทั้งดงามและได้รับการฝึกอบรมด้านการบริการ นำไปสู่การยกระดับคุณภาพบริการสู่สากล 1.4 อุปสรรค การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมส่งผลต่อข้อจำกัดทางกิจกรรมการท่องเที่ยวบางประเภท ความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษาส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการและ 2. แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ 2.1 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการด้านการท่องเที่ยว 2.2 แนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 2.3 แนวทางการพัฒนานุเคราะห์บริการ

คำสำคัญ : คุณภาพการบริการ; ธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท; บ้านปราสาท; จังหวัดนครราชสีมา

¹ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

¹ Graduate School, Kasembundit University

² Faculty of Business Administration, Ramkhamhaeng University

* Corresponding Author E - mail Address: chalit.chi@kbu.ac.th

Abstract

The objectives of this qualitative research were 1) to study service circumstance of homestay business by using baan prasat homestay as a case study and 2) to present guideline for service quality development of homestay business to promote tourism of baan prasat homestay. The finding showed that 1. in the aspect of strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) in service circumstance of homestay business at baan prasat homestay nakhon ratchasima province can be classified as follows: 1.1 Strengths: hosts decorated their homestay and get dressed represent local uniqueness. 1.2 Weaknesses: guest facilities and safety facilities are limited. 1.3 Opportunities: host provide outstanding hospitality and service trained, leading to the upgrading of service quality to international standard. 1.4 Threats: the climate change has affects in limitation of tourism activities and differences of language and cultural has affect to the satisfaction of the service quality. 2. Guideline for service quality development of homestay business to promote tourism as follow: 2.1 Development of services quality for tourism. 2.2 Development and improvement of supporting infrastructure and amenities. 2.3 Development of service personnel.

Keywords: Service Quality; Homestay; Baan Prasat; Nakhon Ratchasima Province

บทนำ

ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่มีผลต่อเศรษฐกิจของชาติและเป็นอุตสาหกรรมหลักที่เกื้อหนุนภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ ทำให้เกิดธุรกิจอื่น ๆ มากมาย เช่น ธุรกิจที่พักแรม เป็นต้น (นิศศา, 2560) โดยจังหวัดนครราชสีมาเป็นอีกหนึ่งจังหวัดสำคัญของประเทศไทยที่มีความสำคัญทางด้านการท่องเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ (กนิษฐิกา, 2558) จากสถิติรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาพบว่า ในปี พ.ศ. 2557 - 2559 มีอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ดังปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา

Code	จังหวัด	ปี 2557 ล้านบาท	ปี 2558 ล้านบาท	ปี 2559 ล้านบาท
30	จ.นครราชสีมา	13,511	15,818	16,568

ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา (สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา, มปป.)

จะเห็นได้ว่าจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องให้กับประเทศและหนึ่งในธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาคือ ธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home Stay) บ้านปราสาทโฮมสเตย์ ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมาที่เกิดขึ้นหลังจากการชูดัชนีแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเข้าร่วมกิจกรรมลักษณะส่วนตัวและเป็นคณะในโครงการต่าง ๆ จำนวนมากตลอดมา ในปัจจุบันบ้านปราสาทเป็นตัวอย่างสำหรับหมู่บ้านอื่นทั่วประเทศที่นิยมมาดูงานเพื่อนำไปปรับใช้กับหมู่บ้านของตน อันเกิดจากความร่วมมือและความสามัคคีภายในชุมชนส่งผลให้บ้านปราสาทได้รับรางวัลมากมาย (ไพจิตร และมนสิชา, 2553)

ถึงแม้ว่าธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทบ้านปราสาทโฮมสเตย์ ถูกพิจารณาให้ได้รับรางวัลทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ แต่ในด้านคุณภาพการบริการบางประการยังต้องได้รับการพัฒนาเพื่อส่งเสริมให้ธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทบ้านปราสาทโฮมสเตย์ประสบความสำเร็จในการพัฒนาด้านการบริการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น อาทิ ข้อจำกัดด้านบริการภาษาต่างประเทศ ข้อจำกัดด้านการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริการ เป็นต้น (ชลิต, 2560) และจากการศึกษางานวิจัยของรสสุคนธ์ ชันคำ (รสสุคนธ์, 2561) พบว่าด้านบุคลากรควรมีการผลักดันบุคลากรของชุมชนให้เกิดความเชี่ยวชาญในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งในด้านของการจัดอบรมเกี่ยวกับแนวทางในการเพิ่มทักษะต่าง ๆ อีกทั้งด้านกระบวนการให้บริการ ควรมุ่งเน้นการประชุมเพื่อรายงานความคืบหน้า และการประสานงานอย่างต่อเนื่องตลอดจนกระบวนการให้บริการการท่องเที่ยว เนื่องจากการบริการมีความสำคัญและมีบทบาทเป็นอย่างมากสำหรับองค์กรและธุรกิจในสังคม เนื่องจากปัจจุบันพบว่าอุตสาหกรรมบริการมีแนวโน้มที่จะมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง สาเหตุสำคัญมาจากความเป็นอยู่ ตลอดจนมาตรฐานการครองชีพของประชาชนที่ดีขึ้น ประชาชนได้รับการศึกษาและมีรายได้สูงขึ้นส่งผลให้เกิดความต้องการบริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิต ดังนั้นคุณภาพบริการจึงต้องมีความหลากหลายและมีบทบาทในสังคมมากยิ่งขึ้นกว่าในอดีต คุณภาพของการบริการจึงนับได้ว่าเป็นความสามารถในการแข่งขันที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการได้ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ โดยความพึงพอใจทำให้เกิดความต้องการที่จะมาใช้บริการและก่อให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำ นับว่าเป็นผลดีต่อฐานะทางเศรษฐกิจขององค์กรหรือชุมชน (ภาวิณี, 2560) ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมบริการจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้บริการ โดยเฉพาะธุรกิจที่พักเป็นอีกหนึ่งธุรกิจสำคัญในอุตสาหกรรมบริการที่ควรมีการพัฒนาคุณภาพการบริการให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว (บุญเลิศ, 2560)

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้นจึงมีความจำเป็นในการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาบ้านปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา เพื่อศึกษาสภาพการณ์การบริการของธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท บ้านปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาบ้านปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา นำไปสู่การยกระดับคุณภาพบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ตามวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579 ในการพัฒนาประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (SERVQUAL) ได้ประยุกต์จากแนวคิดของเบญจมา เจริญฉาย (เบญจมา, 2559) คุณภาพที่ประเมินโดยผู้รับบริการประกอบด้วย 5 มิติ คือ 1) สิ่งที่เป็นตัวตน (Tangibles) หมายถึง สิ่งที่มีลักษณะจับต้องได้ของผู้ให้บริการหรือแขกผู้เข้าพักที่สามารถรับรู้ได้ 2) ความเชื่อถือได้ (Reliability) หมายถึง ประสิทธิภาพที่ดีที่เกิดขึ้นเมื่อผู้ให้บริการหรือแขกผู้เข้าพักได้รับบริการที่ถูกต้องตามคำมั่นสัญญา 3) การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การตอบสนองต่อการจัดการกับคำร้องขอ ข้อร้องเรียนและปัญหาของผู้ใช้บริการหรือแขกผู้เข้าพัก 4) การให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (Assurance) หมายถึง ผู้ให้บริการหรือแขกผู้เข้าพักเกิดความไว้วางใจต่อการบริการจากความสามารถของเจ้าของบ้านพักที่ให้บริการด้วยความรอบรู้ และ 5) การเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง การมุ่งเน้นบริการเฉพาะเจาะจงแก่ผู้ให้บริการหรือแขกผู้เข้าพักแต่ละรายตามความต้องการส่วนบุคคล

2. แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis ได้ประยุกต์จากแนวคิดของเอกชัย บุญยาศิขฐาน (เอกชัย, 2553); Thompson, A. A., Strickland, A. J., and Gamble, J. E. (Thompson, A. A. et al., 2007); อภิชัย ศรีเมือง (อภิชัย, 2555) การวิเคราะห์ SWOT เข้าไปเกี่ยวข้องในการบริหารเชิงกลยุทธ์ของชุมชน โดยชุมชนนำกลยุทธ์มาใช้เพื่อประโยชน์ทางการแข่งขันหรือหาช่องทางในการทำธุรกิจ โดยใช้เป็นกรอบในการเดินสู่เป้าหมายของการบริหารจัดการ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ประกอบด้วย

2.1 S มาจากคำว่า Strengths หมายถึง จุดเด่นหรือจุดแข็ง ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยอันเป็นข้อดีที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายใน โดยชุมชนจะต้องใช้จุดนี้ให้เกิดประโยชน์

2.2 W มาจากคำว่า Weaknesses หมายถึง จุดด้อยหรือจุดอ่อน ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยภายใน เป็นปัญหาหรือข้อบกพร่องที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายในต่าง ๆ ชุมชนจะต้องหาวิธีแก้ไขปัญหานั้น

2.3 O มาจากคำว่า Opportunities หมายถึง โอกาสซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกอันเป็นผลจากการที่สภาพแวดล้อมภายนอกของชุมชนเอื้อประโยชน์หรือส่งเสริม โดยชุมชนต้องแสวงหาโอกาสอยู่เสมอ

2.4 T มาจากคำว่า Threats หมายถึง อุปสรรค ซึ่งเกิดจากปัจจัยภายนอกอันเป็นข้อจำกัดที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอก ชุมชนต้องพยายามขจัดอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นให้ได้

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพบริการ (SERVQUAL) และแนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis มาทำการวิเคราะห์สภาพการณ์การบริการของธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท โดยมีบ้านปราสาทโฮมสเตย์เป็นกรณีศึกษาไปสู่การเสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์การบริการของธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท บ้านปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษากันปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาโดยใช้กระบวนการวิธีเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาจากการรวบรวมข้อมูล เอกสาร หนังสือ ตำรา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาในการวิจัยประกอบไปด้วย กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจที่พักสัณห์สัณห์ธรรมชนบทจำนวน 8 คน จากประชากรทั้งหมด 50 คน ตามแนวคิดของ Denzin, N. (Denzin, N., 1978); จำเนียร จวงตระกูล (จำเนียร, 2561) ระบุว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคุณภาพมีจำนวนอยู่ในระหว่าง 6 - 8 คน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สอดคล้องกับปัญหาและความมุ่งหมายในการวิจัยครั้งนี้ตามแนวคิดของสิน พันธุ์พินิจ (สิน, 2554)

2. พื้นที่ในการวิจัย คือ ที่พักสัณห์สัณห์ธรรมชนบทบ้านปราสาทหรือโฮมสตัลย์บ้านปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นการสัมภาษณ์ที่มีการวางแผนและกำหนดแนวคำถามไว้พอประมาณสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม โดยผู้วิจัยทำการศึกษาเอกสารและวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อให้ได้ข้อมูลเพียงพอที่จะนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิด และกำหนดประเด็นเพื่อเป็นแนวคำถามที่ใช้ในการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกในการสัมภาษณ์คือ เจ้าของธุรกิจที่พักสัณห์สัณห์ธรรมชนบทบ้านปราสาทโฮมสตัลย์ จังหวัดนครราชสีมา ระหว่างวันที่ 22 กันยายน - 5 ตุลาคม พ.ศ. 2563 โดยแนวคำถามนั้นผ่านการรับรองจากผู้ตรวจสอบและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตามประเด็นในการวิจัยและได้รับการยอมรับในวงการศึกษาจำนวน 3 ท่าน เป็นผู้ตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาความรู้ในเชิงโครงสร้างและทฤษฎี (Content Validity) ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านมรดกวัฒนธรรมและการบริการการพัฒนาการท่องเที่ยว อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยว อาจารย์ประจำศูนย์ความเป็นเลิศด้านการบริการ การท่องเที่ยว และโลจิสติกส์ จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการปรับแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วไปใช้กับกลุ่มทดลอง (Try Out Group) คือผู้ให้สัมภาษณ์ในสถานที่สัมภาษณ์ที่มีบริบทคล้ายกับสถานที่ที่เป็นกรณีศึกษา ตามแนวคิดของชาย โพธิ์ลีตา (ชาย, 2562) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) พร้อมปรับปรุงแบบสัมภาษณ์อีกหลายรอบจนมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนการศึกษาเอกสาร โดยเก็บข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาเอกสาร หนังสือ ตำรา บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับสภาพการณ์การบริการโดยใช้แนวคิด SWOT Analysis ร่วมกับแนวคิดตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการ และ 2) ขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่พักสัณห์สัณห์ธรรมชนบท ใช้วิธีการสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง มีแนวคำถามที่สอดคล้องกับประเด็นในการศึกษา แต่สามารถมีการปรับเปลี่ยนหรือเพิ่มเติมได้ตามความเหมาะสม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ผลข้อมูลวิจัยใช้หลักการอุปมาน อาศัยการวิเคราะห์และสังเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่ออธิบายผลที่เกิดขึ้น วิเคราะห์โดยแยกแยะจัดข้อมูลเข้าหมวดหมู่ชี้ให้เห็นความสัมพันธ์และจุดเด่น หรือจุดที่สำคัญของข้อมูล ส่วนการสังเคราะห์ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลจำนวนสองสิ่งขึ้นไป มาทำการตีความและแปลผล เพื่อให้ข้อมูลเกิดความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎีการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงของข้อมูลตามแนวคิดของ Denzin, N. (Denzin, N., 1978) คือ การใช้เทคนิคสามเส้าแบบวิธีการที่แตกต่างและการใช้เทคนิคสามเส้าของผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาจากแหล่งต่าง ๆ นั้นถูกต้องหรือไม่ โดยวิธีตรวจสอบข้อมูลนั้น ได้ใช้การจดบันทึก การบันทึกเสียง การถ่ายภาพ และการถ่ายวิดีโอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและตรงกัน และ 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านเวลา (Time Triangulation) คือ การเปรียบเทียบการเก็บข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการยืนยันความเที่ยงตรงของข้อมูลที่ได้ โดยนำเอาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์พร้อมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจที่พักสัมพัฒนธรรมชนบท เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษากำแพงเพชรโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษาได้สรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 สภาพการณ์การบริการของธุรกิจที่พักสัมพัฒนธรรมชนบท บ้านปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้แนวคิด SWOT Analysis ของเอกชัย บุญยาพิษฐาน (เอกชัย, 2553); Thompson, A. A., Strickland, A. J., and Gamble, J. E. (Thompson, A. A. et al., 2007); อภิชัย ศรีเมือง (อภิชัย, 2555) ร่วมกับแนวคิดตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการหรือแขกผู้เข้าพักของเบญชภา แจ่มเวชฉาย (เบญชภา, 2559) ดังปรากฏในตารางที่ 2 - 5

ตารางที่ 2 จุดเด่นของการบริการของธุรกิจที่พักสัมพัฒนธรรมชนบท ปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

SWOT Analysis	ตัวแปรคุณภาพบริการ
จุดเด่น (Strength)	สิ่งที่เห็นด้วยตา (Tangibles) ประกอบด้วย 1. การตกแต่งภายนอกบ้านและภายในบ้านพัก (บางหลัง) มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น โครงสร้างสถาปัตยกรรมของบ้านตามรูปแบบอีสานได้การใช้เกวียนแบบโบราณตกแต่งบ้านพัก เป็นต้น 2. ภายในบ้านพักมีห้องพักร่วมตัวเพื่อให้บริการแก่ผู้เข้าพัก 3. เจ้าของบ้านพักแต่งกายสุภาพเรียบร้อยด้วยยูนิฟอร์มของชุมชนที่มีเอกลักษณ์ (การสวมเสื้อที่ชุมชนออกแบบกับผ้าขึ้นพื้นเมือง)

ตารางที่ 2 จุดเด่นของการบริการของธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ปราสาทโสมสเคย์ จังหวัดนครราชสีมา (ต่อ)

SWOT Analysis	ตัวแปรคุณภาพบริการ
จุดเด่น (Strength)	ความเชื่อถือได้ (Reliability) มี 3 ประเด็น คือ 1. เจ้าของบ้านพักมีความรู้และความสามารถในการให้คำแนะนำที่มีประโยชน์แก่ผู้เข้าพัก เช่น ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง ความรู้ด้านการเดินทาง เป็นต้น 2. กลุ่มบ้านพักโสมสเคย์มีการประสานงานเพื่อศึกษาข้อจำกัดหรือข้อแตกต่างของผู้เข้าพักก่อนเดินทางมายังที่พัก 3. กลุ่มบ้านพักโสมสเคย์มีระบบการจองบ้านพักด้วยการทำหนังสือขอเข้าพักหรือการโทรประสานงานกับกลุ่มบ้านพักโสมสเคย์ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) กลุ่มบ้านพักโสมสเคย์มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เช่น กิจกรรมบายศรีสู่ขวัญ ศิลปหัตถกรรมท้องถิ่น และอีกมากมายเพื่อให้บริการแก่ผู้เข้าพัก การตรวจสอบความพร้อมในการบริการบ้านพักและประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมของกลุ่มบ้านพักโสมสเคย์ก่อนการให้บริการแก่ผู้เข้าพักส่งผลต่อความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ การให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (Assurance) การให้บริการด้วยไมตรีจิตทั้งคางามของเจ้าของบ้านพักส่งผลให้เกิดความภักดีของผู้เข้าพัก (Customer Loyalty) การเอาใจใส่ (Empathy) เจ้าของบ้านพักให้บริการแก่ผู้เข้าพักอย่างเท่าเทียมกันและเต็มใจในการให้บริการ

สรุปได้ว่าจุดเด่นการบริการของธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ปราสาทโสมสเคย์ จังหวัดนครราชสีมา คือ การตกแต่งบ้านพักรวมถึงการแต่งกายของเจ้าของบ้านพักแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น ศักยภาพในการให้บริการ การให้ข้อมูลที่จำเป็นในการบริการ และการให้บริการด้วยไมตรีจิตทั้งคางามของเจ้าของบ้านพักส่งผลให้เกิดความภักดีของผู้เข้าพัก รวมถึงมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย

ตารางที่ 3 จุดด้อยในการบริการของธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ปราสาทโสมสเคย์ จังหวัดนครราชสีมา

SWOT Analysis	ตัวแปรคุณภาพบริการ
จุดด้อย (Weakness)	สิ่งที่เห็นด้วยตา (Tangibles) สิ่งอำนวยความสะดวกของบ้านพักแต่ละหลังมีความแตกต่างกันและไม่เท่าเทียมกัน เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต จักรยาน

ตารางที่ 3 จุดด้อยในการบริการของธุรกิจที่พักสัมพัฒนธรรมชนบท ปราสาทโสมสเคย์ จังหวัดนครราชสีมา (ต่อ)

SWOT Analysis	ตัวแปรคุณภาพบริการ
จุดด้อย (Weakness)	ความเชื่อถือได้ (Reliability) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยภายในบ้านพักไม่เท่าเทียมกัน เช่น กล้องวงจรปิดมีเพียงบางหลังเท่านั้น
	การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) กิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนเหมาะสำหรับกลุ่มผู้เข้าพักหรือนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเท่านั้น
	การให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (Assurance) เจ้าของบ้านพักมีทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศที่ไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ส่งผลต่อความเข้าใจในการสื่อสารระหว่างเจ้าของบ้านและผู้เข้าพักชาวต่างชาติ
	การเอาใจใส่ (Empathy) เจ้าของบ้านบางคนมีอายุมากส่งผลต่อการให้บริการล่าช้า

สรุปได้ว่าจุดด้อยการบริการของธุรกิจที่พักสัมพัฒนธรรมชนบท ปราสาทโสมสเคย์ จังหวัดนครราชสีมา คือ สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับผู้เข้าพักและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยไม่เพียงพอต่อการบริการ ข้อจำกัดของเจ้าของบ้านพักบางประการส่งผลต่อคุณภาพการบริการ เช่น ด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ด้านอายุ เป็นต้น

ตารางที่ 4 โอกาสของการบริการของธุรกิจที่พักสัมพัฒนธรรมชนบท ปราสาทโสมสเคย์ จังหวัดนครราชสีมา

SWOT Analysis	ตัวแปรคุณภาพบริการ
โอกาส (Opportunity)	การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้สนับสนุนจัดทำหนังสือการสื่อสารภาษาต่างประเทศให้กับเจ้าของบ้านพักเพื่อพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่งผลต่อความสามารถในการยกระดับคุณภาพการบริการให้กับกลุ่มบ้านพักโสมสเคย์ในการรองรับ ผู้เข้าพักได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่าโอกาสของการบริการของธุรกิจที่พักสัมพัฒนธรรมชนบท ปราสาทโสมสเคย์ จังหวัดนครราชสีมา คือ ความพร้อมในการบริการ โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการฝึกอบรมด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ นำไปสู่การยกระดับคุณภาพบริการสู่สากล

ตารางที่ 5 อุปสรรคในการบริการของธุรกิจที่พักรีสอร์ทวัฒนธรรมชนบท ปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

SWOT Analysis	ตัวแปรคุณภาพบริการ
อุปสรรค (Threat)	การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ (Responsiveness) การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมของโลกและสภาวะโลกร้อนส่งผลต่อข้อจำกัดทางกิจกรรมการท่องเที่ยวบางประเภท
	การให้ความรู้สึกเชื่อมั่น (Assurance) ความแตกต่างทางวัฒนธรรมส่งผลต่อคุณภาพการบริการ เช่น ความแตกต่างของรสชาติอาหาร วิธีการบริโภค เป็นต้น
	การเอาใจใส่ (Empathy) ความแตกต่างทางภาษาระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้เข้าพักส่งผลต่อการให้บริการที่ไม่ตรงตามความต้องการของผู้เข้าพัก

สรุปได้ว่าอุปสรรคในการบริการของธุรกิจที่พักรีสอร์ทวัฒนธรรมชนบท ปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา คือ การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อข้อจำกัดทางกิจกรรมการท่องเที่ยวบางประเภท และความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษา ส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการ

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจที่พักรีสอร์ทวัฒนธรรมชนบทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา บ้านปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางการนำเสนอ ซึ่งได้กำหนดเป็น 3 แนวทางดังปรากฏในตารางที่ 6 - 8

ตารางที่ 6 แนวทางที่ 1 การพัฒนาคุณภาพบริการด้านการท่องเที่ยว ตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์/เป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1	โครงการส่งเสริมเอกลักษณ์ท้องถิ่น	เพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และจัดทำรายการนำเที่ยวที่เป็นรูปธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทางการบริการและการท่องเที่ยวของชุมชนให้ครอบคลุมทุกช่วงเวลาและสถานที่เพื่อนำเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี	- กลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ - สถาบันการศึกษาในพื้นที่ - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 7 แนวทางที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ตามยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์/เป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1	โครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมคุณภาพบริการ	เพื่อพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในและภายนอกบ้านพัก รวมถึงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการบ้านพักให้มีมาตรฐานเดียวกัน	- กลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
2	โครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อความปลอดภัยของผู้เข้าพัก	เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยแก่ผู้เข้าพักและคนในชุมชน	- กลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ 8 แนวทางที่ 3 การพัฒนาบุคลากรบริการ ตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ลำดับ	โครงการ/กิจกรรม	วัตถุประสงค์/เป้าหมาย	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1	โครงการพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศเพื่อการค้า	เพื่อพัฒนาทักษะทางภาษาต่างประเทศเพื่อการบริการให้กับเจ้าของบ้านพักและบุคลากรทางการท่องเที่ยวในชุมชน	- สถาบันการศึกษาในพื้นที่ - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
2	โครงการสานต่อบุคลากรบริการ	เพื่อสร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิดและปลุกกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่เห็นถึงความสำคัญในการให้บริการธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในชุมชน	- กลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
3	โครงการพัฒนาวัฒนธรรม	เพื่อพัฒนาความรู้ ความเข้าใจในความคิดและวัฒนธรรมที่แตกต่างทางการบริการและการท่องเที่ยว	- สถาบันการศึกษาในพื้นที่ - หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

การอภิปรายผล

สภาพการณ์การบริการของธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท บ้านปราสาทโฮมสเตย์ จังหวัดนครราชสีมา

ด้านจุดเด่น การตกแต่งบ้านพักรวมถึงการแต่งกายของเจ้าของบ้านพักแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น ศักยภาพในการให้บริการ การให้ข้อมูลที่จำเป็นในการบริการ และการให้บริการด้วยไมตรีจิตที่งดงามของเจ้าของบ้านพักส่งผลให้เกิดความภักดีของผู้เข้าพัก สอดคล้องกับกฤตชน วงศ์รัตน์ (กฤตชน, 2563) ระบุว่า ความจงรักภักดีเป็นระดับความสัมพันธ์ของลูกค้ายที่มีต่อองค์กรธุรกิจ การที่ลูกค้ายังคงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับธุรกิจรีสอร์ทและโฮมสเตย์นั้นเป็นเพราะลูกค้ายเชื่อมั่นว่าธุรกิจสามารถเสนอสิ่งต่าง ๆ ให้ลูกค้าย่างรู้ใจโดยไม่ต้องรอให้ธุรกิจบอกกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพอใจให้กับลูกค้ายได้อย่างต่อเนื่อง

ด้านจุดด้อย สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับผู้เข้าพักและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยไม่เพียงพอต่อการบริการ เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต กล้องวงจรปิด เป็นต้น สอดคล้องกับจอดี เมย์า โคมิเกรซ

และพิธีะ ผลพิรุฬห์ (จอดี และพิธีะ, 2561) ระบุว่าสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการมีผลกระทบต่อผู้เข้าพักชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกัน ในบรรดาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การให้บริการอินเทอร์เน็ตน่าจะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ช่วยพัฒนาผลประกอบการโรงแรมได้มากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญกับการให้บริการอินเทอร์เน็ตเป็นสำคัญ อีกทั้งข้อจำกัดของเจ้าของบ้านพักบางประการส่งผลต่อคุณภาพการบริการ เช่น เจ้าของบ้านมีอายุมาก ส่งผลให้บริการล่าช้า สอดคล้องกับธนกร ศรีไชย, อีรา เอราวิน และชินภัทร คันธพนิต (ธนกร และคณะ, 2563) ระบุว่าให้ความสำคัญกับลูกค้าถือเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจบริการ ซึ่งการบริการที่สามารถตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและให้บริการตรงตามความต้องการของลูกค้าได้นั้นจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

ด้านโอกาส ความพร้อมในการบริการ โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกในการฝึกอบรมด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เพื่อบริการกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่งผลต่อความสามารถในการยกระดับคุณภาพ การบริการให้กับกลุ่มบ้านพักโสมสเคย์ในการรองรับผู้เข้าพักได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับธนกร ศรีไชย, อีรา เอราวิน และชินภัทร คันธพนิต (ธนกร และคณะ, 2563) ระบุว่าเนื่องจากการสร้างความมั่นใจให้กับผู้มาใช้บริการถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญอย่างมากในธุรกิจบริการ ผู้ให้บริการต้องมีความเชี่ยวชาญ ความรู้ มีทักษะในการบริการ รวมถึงต้องมีการบริการ สุภาพอ่อนน้อม อ่อนน้อม จึงจะสามารถสร้างความมั่นใจให้ผู้ใช้บริการมั่นใจได้เป็นอย่างดี

ด้านอุปสรรค การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมส่งผลต่อข้อจำกัดทางกิจกรรมการท่องเที่ยวบางประเภท สอดคล้องกับจักรวาล วงศ์มณี (จักรวาล, 2561) ระบุว่า การดำเนินธุรกิจนำเที่ยวของประเทศไทยในอนาคตจะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงมากมาย ซึ่งปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม โครงสร้างของประชากร ความเป็นชุมชนเมือง ระบบเทคโนโลยีและชีวิตดิจิทัล สภาพเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และนโยบายทางการเมือง อีกทั้งการแข่งขันทางธุรกิจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษาส่งผลต่อความพึงพอใจในการบริการ อีกทั้งยังสอดคล้องกับวัชรวิชัย วิทยาภรณ์ (วัชรวิชัย, 2562) ระบุว่าข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในอนาคต ได้แก่ การพัฒนาทักษะด้านภาษาและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการธุรกิจที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษากำแพงโบราณปราสาทโสมสเคย์ จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย

แนวทางที่ 1 การพัฒนาคุณภาพบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ โครงการส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตังวัฒนา (บุญเลิศ, 2555) ระบุว่าโดยปกติแล้วนักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้บริการรายการนำเที่ยวเพื่อช่วยวางแผนในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องจัดทำรายการท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว รวมถึงการนำเสนอรายละเอียดต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว

แนวทางที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ โครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อส่งเสริมคุณภาพบริการ และโครงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อความปลอดภัยของผู้เข้าพัก สอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตังวัฒนา (บุญเลิศ, 2560) ระบุว่าธุรกิจที่พักเป็นการให้บริการที่พักชั่วคราวแก่นักท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวสามารถพักผ่อนนอนหลับในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและปลอดภัย

แนวทางที่ 3 การพัฒนาบุคลากรบริการ ได้แก่ โครงการพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่อการบริการ โครงการสานต่อบุคลากรบริการ และโครงการผสมผสานวัฒนธรรม สอดคล้องกับรสสุคนธ์ ชันคำภาส (รสสุคนธ์, 2561) ระบุว่าควรมีการผลักดันบุคลากรของชุมชนให้เกิดความเชี่ยวชาญในการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในด้านของการจัดอบรมเกี่ยวกับแนวทางในการเพิ่มทักษะต่าง ๆ อาทิ ทักษะทางภาษาต่างประเทศ การจัดอบรมเกี่ยวกับขั้นตอนในการประสานงานติดต่อของคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ จากผลการวิจัยจุดด้อยในประเด็นปัญหาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับผู้เข้าพักและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยที่ไม่เพียงพอต่อการบริการ กลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์ ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดทำโครงการเพื่อสร้างรายได้เพิ่มให้กับชุมชนเพื่อนำไปสู่งบประมาณในการปรับปรุงและพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก
2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป จากผลการวิจัยจุดด้อยในประเด็นปัญหาด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ สถาบันการศึกษา ควรทำวิจัยเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศเพื่องานบริการของบุคลากรบริการโฮมสเตย์บ้านปราสาท หรือหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการสู่มาตรฐานสากล

References

- กนิษฐิกา ศอกกลาง. (2558). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา. วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 2, ฉบับที่ 2, หน้า 81-91
- กฤตชน วงศ์รัตน์. (2563). อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการและการรับรู้ภาพลักษณ์องค์กรที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าที่มาใช้บริการรีสอร์ทและโฮมสเตย์จังหวัดเพชรบุรี. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่. ปีที่ 21, ฉบับที่ 3, หน้า 209-227
- จักรวาล วงศ์มณี. (2561). สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจนำเที่ยวไทยและแนวทางการปรับตัวของธุรกิจนำเที่ยวในสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลง. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี. ปีที่ 9, ฉบับที่ 2, หน้า 66-78
- จอดี เมย่า โคมิเกรซ และพิริยะ ผลพิรุฬห์. (2561). สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการและผลประกอบการของธุรกิจโรงแรมศึกษาเชิงประจักษ์ด้วยข้อมูลระดับผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศ. วารสาร พัฒนาการเศรษฐกิจปริทรรศน์. ปีที่ 12, ฉบับที่ 2, หน้า 103-129
- จำเนียร จวงตระกูล. (2561). ปัญหาการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ปีที่ 1, ฉบับที่ 2, หน้า 1-16
- ชลิต เจริญพิมาย. (2560). การจัดการธุรกิจที่พักแบบชุมชนมีส่วนร่วม: กรณีศึกษากองบ่อนปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
- ชาย โพธิ์ลิตา. (2562). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง

- ธนกร ศรีไชย, อีรา เอรารัตน์ และชินภัทร คันธพนิต. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณภาพการให้บริการ
กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว: กรณีของธุรกิจโฮมสเตย์ในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและ
การจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 12, ฉบับที่ 3, หน้า 1-12
- นิศศา ศิลปะเสฐ. (2560). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
บุญเลิศ จิตต์วัฒนา. (2555). ธุรกิจนำเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: อธรรมสาร
- บุญเลิศ จิตต์วัฒนา. (2560). การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. นนทบุรี: หจก.เพิร์น
ข้าหลวง พรินต์แอนด์พับลิชชิ่ง
- เบญจภา แจ่มเวชฉาย. (2559). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารรถไฟ BTS ใน
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ไพจิตร ประดิษฐ์ผล และมนสิชา เพชรานนท์. (2553). คุณภาพชีวิตในชุมชนท่องเที่ยวโฮมสเตย์ กรณีศึกษา
โฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา. วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ปีที่ 9, ฉบับที่ 1, หน้า 90-109
- ภาวณิ ทองแย้ม. (2560). ความสำคัญของคุณภาพการบริการต่อความสำเร็จของธุรกิจ. วารสารเกษมบัณฑิต.
ปีที่ 18, ฉบับที่ 1, หน้า 219-232
- รสสุคนธ์ ชันคำภาศ. (2561). รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท
อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา. วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย. ปีที่ 2, ฉบับที่ 2, หน้า 91-100
- วัชรวิญญ์ วิทยาภรณ์. (2562). แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวของนักศึกษาบัณฑิต นักวิชาการ
และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว. วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 7,
ฉบับที่ 1, หน้า 30-44
- ลิน พันธุ์พินิจ. (2554). เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: บริษัทจูน พับลิชชิ่ง จำกัด
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564).
กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงแรมท่องเที่ยวและการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- สำนักงานสถิติจังหวัดนครราชสีมา. (มปป.). รายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัด. เข้าถึงเมื่อ (3 มีนาคม 2564).
เข้าถึงได้จาก ([http://nkrat.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=319:t
&catid=81:2011-10-11-07-21-04](http://nkrat.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=319:t&catid=81:2011-10-11-07-21-04))
- อภิชัย ศรีเมือง. (2555). SWOT เทคนิควิเคราะห์ธุรกิจอย่างละเอียด (สไลด์ผู้บริหารมืออาชีพ). กรุงเทพฯ:
อิงค์บียอนด์ บั๊คส์
- เอกชัย บุญยาทิษฐาน. (2553). คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพรส (1989)
- Denzin, N. (1978). **Sociological Methods: A Sourcebook**. NY: McGraw Hill
- Thompson, A. A., Strickland, A. J., and Gamble, J. E. (2007). **Crafting and Executing Strategy:
The Quest for Competitive Advantage: Concepts and Cases**. 15th edition, McGraw-Hill
Irwin Publisher, New York