

รูปแบบการจัดการธุรกิจนวัตกรรมโฮมสเตย์ในชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยว

ชูศักดิ์ อินทมนต์¹ และศรัณยา เลิศพุทธรักษ์²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรคของการบริหารจัดการโฮมสเตย์ของไทยในปัจจุบันและรูปแบบการจัดการธุรกิจนวัตกรรมโฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนานวัตกรรมโฮมสเตย์ จำนวน 12 คน ผลการศึกษาพบว่า การบริหารโฮมสเตย์ของชุมชนในปัจจุบันมีดังนี้ 1) มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดการการท่องเที่ยว 2) ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ 3) เป็นรายได้เป็นหลักของชุมชน 4) มุ่งไปสู่ความยั่งยืน 5) ผู้นำชุมชนเป็นผู้ดูแลและจัดสรรพื้นที่ 6) พัฒนาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว 7) โฮมสเตย์บางส่วนที่ไม่รู้จักกลุ่มเป้าหมายและกิจกรรมรองรับนักท่องเที่ยว 8) กระทั่งท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้ประเมินมาตรฐาน ในขณะที่ปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของชุมชน 2) ทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ 3) ชุมชนมีความรู้ในการทำโฮมสเตย์ 4) มีผู้นำชุมชนที่ดีและมีภาวะผู้นำสูง 5) ได้รับการสนับสนุนทั้งภาครัฐ เอกชนและสถานศึกษา 6) ดูแลนักท่องเที่ยวอย่างมีไมตรีจิต 7) จัดทำบัญชีที่มีมาตรฐาน โปร่งใส 8) การประชาสัมพันธ์ที่ดี 9) มุ่งเน้นการนำเสนอวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม 10) ปรับปรุงและพัฒนาอยู่เสมอ และ 11) ฝึกอบรมการบริหารและการบริการเสมอ ขณะเดียวกันก็มีปัญหาและอุปสรรคในเรื่อง 1) ขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกัน 2) ขาดความรู้ในการทำโฮมสเตย์ 3) ทำเป็นเชิงธุรกิจมากเกินไป 4) ต้นทุนและค่าใช้จ่ายสูง 5) แบ่งผลประโยชน์ไม่เป็นธรรม 6) ขาดความเชื่อมั่นในการเปลี่ยนแปลง 7) ผู้นำบริหารงานไม่โปร่งใส 8) ขาดมาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพ 9) ขาดการรับฟังความคิดเห็นอย่างเปิดกว้าง 10) สภาพแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไป 11) การประชาสัมพันธ์ไม่ดีพอ และ 12) ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นพื้นฐาน รูปแบบและกระบวนการในการบริหารนวัตกรรมโฮมสเตย์ที่เหมาะสม มีดังนี้ 1) สร้างนวัตกรรมที่แปลกใหม่และดึงดูด 2) สร้างนวัตกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน 3) สร้างนวัตกรรมการตลาดเพื่อการแข่งขัน 4) สร้างนวัตกรรมกระบวนการบริหารจัดการที่มีคุณภาพและความโปร่งใส 5) สร้างนวัตกรรมองค์กรเพื่อพัฒนาคนในชุมชน 6) สร้างนวัตกรรมความยั่งยืนกับชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ : 1. นวัตกรรมโฮมสเตย์ 2. การท่องเที่ยว

¹ นักศึกษาปริญญาเอก สาขาการจัดการสาธารณะ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อีเมล : chusak4473@gmail.com

โทร : 08 3994 4473

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อีเมล : sarunya@mbabuu@gmail.com โทร : 08 1576 7907

The management model of homestay innovation business in the community for tourists

Chusak Inthamon³ and Sarunya Lersphoottharak⁴

Abstract

The objective of this research was to study the success contributing factors, problems and obstacles in current Thai homestay management, and the management model of innovative homestay business for tourists. A qualitative research model and in-depth interviews were conducted with 12 experts in homestay innovation. The results showed the characteristics of the current homestay management of the community as follows: 1) they formed a group to manage tourism, 2) they got support from the government, 3) they provided the main income for the community, 4) they moved towards sustainability, 5) the community leader was the administrator and allocated the area, 6) they developed their homestays according to the tourists' needs, 7) some homestay entrepreneurs did not know their target group and activities to support the tourists, and 8) the Ministry of Tourism and Sports was in charge of standard evaluation. The success factors consisted of 1) community participation, 2) interesting tourism resources and activities, 3) in homestay, 4) having good community leaders with high leadership, 5) support from the governmental, private and educational institutions, 6) friendly hospitality, 7) accountancy with transparent standards, 8) good publicity, 9) focus on presenting the traditional way of life of the community, 10) constantly improving and developing their homestays, and 11) continually giving training on management and services. At the same time, there were many problems and obstacles concerning: 1) lack of integration and collaboration, 2) lack of knowledge in homestay, 3) overemphasizing business-oriented activities, 4) high costs and expenses, 5) unfair share of benefits, 6) lack of confidence in changes, 7) corrupt executive leaders, 8) lack of quality service standards, 9) lack of openness to opinions, 10) environmental changes of the tourist attractions, 11) inadequate public relations, and 12) lack of necessary basic facilities. The appropriate models and processes for managing homestay innovations were as follows: 1) creating new and attractive innovations, 2) implementing innovations to encourage community participation, 3) establishing marketing innovations

³ Student, Ph.D., Public Management, Graduate School of Commerce, Burapha University, Chonburi Thailand.

Email address: chusak4473@gmail.com Tel: 08 3994 4473

⁴ Assistant Professor, Ph.D., Graduate School of Commerce, Burapha University, Chonburi, Thailand.

Email address: sarunyaImbabuu@gmail.com Tel: 08 1576 7907

for competition, 4) improving quality and transparent management innovation, 5) devising organizational innovation to develop people in the community, and 6) promoting sustainability innovation associated with the community, society and environment.

Keywords: 1. Innovative homestay 2. Tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก (Department of Tourism, 2015) ซึ่งแนวโน้มของการท่องเที่ยวในอนาคต จะมุ่งเน้นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มากกว่าเชิงพาณิชย์แต่เพียงอย่างเดียว โดยจะให้ความสำคัญกับความสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม เพื่อให้การท่องเที่ยวเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ท้องถิ่นและชุมชน (Hawkins, Lake, Nielson & Tierney, 2006) ซึ่งในทางทฤษฎีว่าด้วยการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแล้ว ยังรวมไปถึงการมีระบบคุณธรรม จริยธรรม และสังคมที่เท่าเทียมกันในชุมชน และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย (UNESCO, 2005) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจำเป็นที่จะต้องอาศัยการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในหลายมิติ แต่การสร้างนวัตกรรม ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันยังมีน้อย และไม่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจนในประเทศที่กำลังพัฒนา โดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว ผ่านการได้สร้างสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น นอกจากนวัตกรรมจะนำมาซึ่งความแปลกใหม่ ในด้านต่าง ๆ แล้ว นวัตกรรมยังเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการ ช่วยลดต้นทุน และเปลี่ยนรูปแบบการตลาด การท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจ และดึงดูดมากขึ้นได้ ภาครัฐจึงต้องปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มี เครื่องมือและความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดนวัตกรรมแห่งความร่วมมือและประสานงานให้ มากขึ้น (Noipayak, 2016)

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบัน ได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวที่เป็นกลไกหลักในขับเคลื่อน เศรษฐกิจของประเทศ และผลักดันให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการ สร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา จึงทำให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยว หลากหลายในชุมชน โดยในหลายปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทั้งในกลุ่มชาวไทย และชาวต่างประเทศ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน เพื่อศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ทัศนียภาพของท้องถิ่น โดยโฮมสเตย์ที่มีความหมายมากกว่าเป็นที่พัก เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยว อย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลางและจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่าง ๆ การมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบ สังคมชนบท เป็นจุดขายที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ (Khon Kaen Tourism and Sports Office, 2015) ซึ่ง Department of Tourism (2015) ได้ส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนจัดทำที่พักในรูปแบบที่พักโฮมสเตย์ ซึ่ง นักท่องเที่ยวจะพักในบ้านหลังเดียวกันกับเจ้าของบ้าน เพื่อให้ได้สัมผัสและศึกษาวิถีชีวิต วัฒนธรรม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ค่านิยมของชุมชนอย่างใกล้ชิด โดยมีบริการสิ่งอำนวยความสะดวก ตามสมควรแก่นักท่องเที่ยว เพื่อมุ่งส่งเสริมให้ชุมชนที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสามารถมีรายได้เสริมจาก การท่องเที่ยว มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการ จนเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง และรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิม ตลอดจนทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน อย่างยั่งยืน โดยปัจจุบันหลายประเทศมีนโยบาย สนับสนุนธุรกิจโฮมสเตย์ เพราะเป็นการกระจายรายได้ที่แท้จริง และไม่มีความเสี่ยง เนื่องจากชาวบ้านนำบ้าน ที่พักอาศัยมาให้บริการ ทั้งยังช่วยให้ชุมชนนั้นสามารถอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมได้ด้วยโฮมสเตย์บางแห่ง ที่มีจุดขายชัดเจน (Klamphaiboon, 2016)

ปัญหาสำคัญของการพัฒนาโฮมสเตย์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาคือ โฮมสเตย์ในชุมชนขาดการสร้าง นวัตกรรมที่มีความแปลกใหม่และดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งการผลิตสินค้าและบริการในขณะเดียวกัน หน่วยงาน

ภาครัฐก็ไม่ได้ให้ความสำคัญและการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมด้านการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ แต่จะมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิม โดยไม่ได้เน้นการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมใหม่ทั้งด้านกระบวนการบริหารจัดการ รวมถึงสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ซึ่งแนวทางและนโยบายรัฐบาลส่งเสริมการท่องเที่ยวไปสู่ชุมชนในปัจจุบันตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้เน้นไปที่การกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวและชุมชน โดยรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวชุมชนแต่ละแห่งมีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งเป็นการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ชุมชนมีส่วนร่วม มีการให้บริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ และส่วนมากนักท่องเที่ยวที่สนใจที่พักแบบโฮมสเตย์จะเป็นนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากต้องการหาประสบการณ์ใหม่ ๆ แต่รูปแบบโฮมสเตย์ของไทยยังขาดการสร้างนวัตกรรมในมิติต่าง ๆ ซึ่งความแปลกใหม่ของนวัตกรรม สามารถสร้างความแตกต่างและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจนวัตกรรมการโฮมสเตย์สำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อนำผลการวิจัยมาพัฒนารูปแบบที่พักโฮมสเตย์ให้มีความน่าสนใจและสร้างความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารโฮมสเตย์ของไทยในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จรวมถึงปัญหาและอุปสรรคของการบริหารจัดการโฮมสเตย์ของไทย
3. เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการในการบริหารจัดการนวัตกรรมการโฮมสเตย์ที่เหมาะสม

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (tourism) หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ เพื่อพักผ่อน เพื่อการศึกษา เพื่อกิจกรรมทางศาสนา เพื่อกิจกรรมการกีฬาและความบันเทิง เพื่อธุรกิจ เพื่อประชุมสัมมนา เยี่ยมญาติมิตรหรือเพื่อน พร้อมทั้งได้รับความพึงพอใจจากการบริการและกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างการเดินทางและมีการค้างแรม (World Tourism Organization, 2011; Pond, 1993; Mill, 1990; Stevens, 1985; Tutorial Point, 2016; Wan, 2013) วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวต้องไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพ หารายได้หรือไปอยู่เป็นประจำแต่เป็นเพื่อวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ (Douglas, 1985; Wan, 2013; Tutorial Point, 2016) 1) เพื่อพักผ่อนในวันหยุด 2) เพื่อวัฒนธรรมและศาสนา 3) เพื่อการศึกษา 4) เพื่อการกีฬาและความบันเทิง 5) เพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ 6) งานอดิเรก 7) เยี่ยมญาติมิตร 8) เพื่อธุรกิจ 9) เพื่อประชุมสัมมนา 10) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 11) เพื่อสุขภาพ 12) ชื้อของ และ 13) แรงจูงใจส่วนตัวอื่น ๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ (United Nation, 2010; Statistics Subcommittee on Tourism and Sports, 2013) โดยการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ 6 ประการดังนี้ (Tutorial Point, 2016; Wan, 2013; Sriwattanasarn, 2015) 1) ความดึงดูดใจ 2) ความสามารถในการเข้าถึง 3) สิ่งอำนวยความสะดวก 4) ที่พัก 5) กิจกรรม และ 6) ความเป็นมิตรไมตรีจากเจ้าของถิ่น

2. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หมายถึง หลักการบริหารจัดการเพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ แต่ยังคงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้อย่างมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ดั้งเดิมไม่เสื่อมคลาย เป็นธุรกิจบริการที่มีผลกำไร สร้างรายได้ให้คนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้น้อยที่สุด จึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวได้อย่างยาวนานได้ (Chaiprasit, 2011; Kasemsab, 2013; UNESCO, 2005) ซึ่ง Jittungwattana (2014) ได้กล่าวถึงหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมี 10 ประการดังนี้ 1) การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี 2) การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย 3) การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ 4) การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว 5) การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น 6) เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น 7) การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ 8) เป็นการฝึกอบรมบุคลากร 9) ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว และ 10) การวิจัยและติดตามผล

3. ทฤษฎีนวัตกรรม (Theory of innovation)

3.1 ทฤษฎีนวัตกรรมแนววิศวกรรม (The engineering theory of innovation) แนวคิดทฤษฎีนี้มีรากฐานมาจากแนวทางการแก้ปัญหาทางวิศวกรรม รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิต ทฤษฎีนวัตกรรมนี้ หัวใจของการสร้างนวัตกรรมขึ้นอยู่กับความสามารถในทางวิศวกรรมของนักวิจัย อาศัยความรู้ความสามารถทางด้านวิศวกรรมศาสตร์ของนักวิจัย วิศวกร นักวิทยาศาสตร์ เป็นการสร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ขึ้นมาแทนสิ่งเก่า

3.2 ทฤษฎีนวัตกรรมแนวการตลาด (The market theory of innovation) แนวคิด ของทฤษฎีนี้เชื่อว่าความสำเร็จของการสร้างสรรค์นวัตกรรมเกิดจากข้อมูลการตลาด มากกว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมจะดีอย่างไรก็ตามถ้าหากไม่มีกลยุทธ์การตลาดนำ ก็ไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ (Schmookler, 1966; Myers & Marquis, 1969)

3.3 ทฤษฎีนวัตกรรมห่วงโซ่ความสัมพันธ์ (The chain link theories of innovation) แนวคิดทฤษฎีนี้ อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของตลาดและความรู้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ไม่ได้มีลักษณะตรงไปตรงมา แต่มีกลไกซับซ้อนตั้งแต่การออกแบบทางวิศวกรรม การผลิต การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดซื้อวัตถุดิบ การขาย ตลอดจนไปถึงการส่งมอบลูกค้า และการบริการส่งผ่านข้อมูลความต้องการของตลาดจากลูกค้าผ่านผู้ผลิตไปสู่ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ ดังนั้นนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จต้องอาศัยข้อมูลนวัตกรรม ไม่ใช่ข้อมูลทางการตลาดเพียงอย่างเดียว (Mowery & Rosenberg, 1979)

3.4 ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายเทคโนโลยี (The technology network theory of innovation) ทฤษฎีนี้ อธิบายว่า องค์การ สถาบันที่มีบทบาทในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ควรจะมีการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ความเข้มแข็งเกิดจากการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสถาบันภายนอก มีการถ่ายทอดข้อมูลทางนวัตกรรม มีการเชื่อมโยงทางเทคนิค เชื่อมโยงทางการตลาดและเครือข่ายข้อมูลนวัตกรรม เกิดจากการผสมผสานระหว่างทุนที่จับต้องได้กับทุนที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งช่วยให้องค์กรมีขีดความสามารถในการดูดซับข้อมูลทางนวัตกรรมเพิ่มสูงขึ้น (Lundvall, 1995)

3.5 ทฤษฎีนวัตกรรมแนวเครือข่ายทางสังคม (The social network theory of innovation) ทฤษฎีนี้

เชื่อว่านวัตกรรมจะสร้างสรรค์ขึ้นได้ต้องอาศัยความรู้จากทั้งภายในและภายนอก การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารที่จะทำให้เกิดการแพร่กระจายนวัตกรรมไปอย่างรวดเร็ว และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งแนวคิดนี้ทำให้องค์กรมีการปรับเปลี่ยนการทำงาน โดยวัดความสามารถขององค์กรจากปริมาณความหนาแน่นของความสัมพันธ์ ความร่วมมือของบุคลากรทั้งระบบ ผู้สนับสนุนเงินทุน สถาบันวิจัย สถาบันการศึกษา หน่วยงานพัฒนาในระดับภูมิภาคและอื่นๆ ผ่านระบบเครือข่าย และหน่วยงานย่อย นวัตกรรมนี้จึงเป็นนวัตกรรมที่ผสมผสานของทุนที่จับต้องได้ และทุนที่จับต้องไม่ได้ (Arundel, Demandt, Steinmueller & Malo, 1997)

3. แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมการท่องเที่ยว

นวัตกรรมการท่องเที่ยว เป็นการนำแนวคิดใหม่มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์หรือบริการแบบใหม่หรือพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่เดิมใหม่ การเปิดตลาดใหม่หรือสร้างส่วนผสมทางการตลาดใหม่ การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ การพัฒนาหรือปรับเปลี่ยนองค์การการท่องเที่ยวใหม่ เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความแตกต่าง สร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการท่องเที่ยว รวมถึงการปรับเปลี่ยนราคาค่าบริการที่เหมาะสม ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว (Omerzel, 2016; Aldebert, Dang & Longhi, 2010; Pond, 1993) ซึ่ง Carvalho & Costa (2011) กล่าวว่า ปัจจัยในการศึกษานวัตกรรมในการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลมาจาก 3 ปัจจัย คือ โลกาภิวัตน์ ความต้องการประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และความยั่งยืน โดยการสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด รัฐบาลต้องจัดสรรเงินทุนสนับสนุนให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนเป็นสิ่งสำคัญในการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะปัจจุบันนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตของชุมชนหรือการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มากขึ้น (Hjalager, 2002)

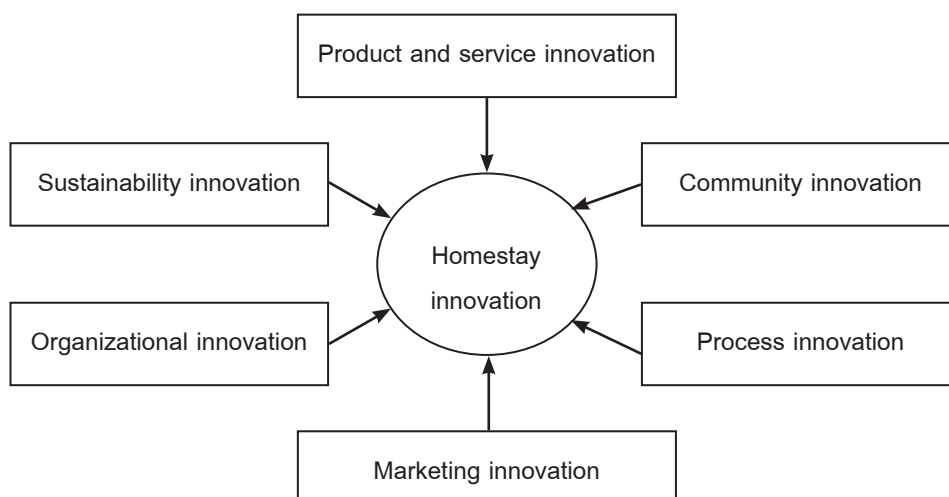
4. แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม หรือโครงการตั้งแต่ต้นมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย ทั้งในด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การให้ความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะ การวางแผนงาน ร่วมบริหารโครงการที่อาจมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม การจัดการสิ่งแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งการติดตาม และประเมินผลตามนโยบายแผนงานโครงการหรือกิจกรรมนั้น เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ (Wattanasab, 2013; Kongsab, 2015; Boonyabanchar, 2017) โดยเงื่อนไขการมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวคิดของ Burikul (2007) และ Kogphon (2009) คือ การมีอิสรภาพในการเข้าร่วม มีความเสมอภาคในการเข้าร่วมกิจกรรม และผู้เข้าร่วมต้องมีความสามารถพอที่จะเข้าร่วมกิจกรรมและเข้าร่วมอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุด ซึ่งระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนมี 5 ระดับ คือ 1) การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน 2) การปรึกษาหารือหรือการรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน 3) การให้ประชาชนเข้ามามีบทบาทหรือเกี่ยวข้อง 4) การสร้างความร่วมมือกับประชาชน และ 5) การเสริมอำนาจแก่ประชาชน (Secretariat of the House of Representatives, 2016; Kasemsuk, 2011; Kogphon, 2009)

5. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาโฮมสเตย์และนวัตกรรมโฮมสเตย์

โฮมสเตย์ (homestay) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าไปใช้ชีวิตความเป็นอยู่ร่วมกับคนท้องถิ่นในชุมชนพักอยู่บ้านเดียวกันกับเจ้าของบ้าน ทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันกับเจ้าของบ้าน พร้อมทั้งถ่ายทอดประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวและพานักท่องเที่ยวเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นในชุมชน โดยมีค่าตอบแทน และจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร อันมีลักษณะเป็นการประกอบกิจการเพื่อหารายได้เสริม (Department of Tourism, 2015; ASEAN Secretariat, 2016; Klamphaiboon, 2016) การพัฒนาโฮมสเตย์เกิดจากความร่วมมือกันระหว่างสมาชิกในชุมชนสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ให้ความรู้ในการพัฒนาเกี่ยวกับชีวิตในชนบทและปัญหาสิ่งแวดล้อม เน้นจุดขายคือ วิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้มาเยือนได้ (Arevin, 2014; Kasuma, 2016; Othman, 2015; Karlsson, 2017) โดย Ibrahim & Razzaq (2015) กล่าวว่า การพัฒนาโฮมสเตย์ให้ประสบความสำเร็จและอย่างยั่งยืนนั้น มีองค์ประกอบคือ ผลิตภัณฑ์หรือสถานที่ท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วม และคณะกรรมการหลัก สอดคล้องกับ Arevin (2014) กล่าวว่า การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ประกอบด้วย การที่ประชาชนมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมของสถาบันการศึกษาหรือมหาวิทยาลัย และสถาบันการเงิน ในขณะที่ Seyanon & Somphobsakul (2010) กล่าวว่า การพัฒนาโฮมสเตย์จะเกี่ยวข้องกับการจัดการบ้านพัก การดูแลที่พัก กฎระเบียบและข้อปฏิบัติ การลงทะเบียน และการบริการอาหาร ในขณะที่ Hashim (2015) กล่าวว่า นวัตกรรมที่สำคัญของโฮมสเตย์มี 4 ประเภทดังนี้ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 2) นวัตกรรมกระบวนการ 3) นวัตกรรมองค์กร และ 4) นวัตกรรมการตลาด เช่นเดียวกับ Keling (2017) กล่าวว่า นวัตกรรมโฮมสเตย์ ประกอบด้วย 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ 2) นวัตกรรมการมีส่วนร่วม และ 3) นวัตกรรมการตลาด 4) นวัตกรรมความยั่งยืน

จากการศึกษาแนวคิดของ Hashim (2015) และ Keling (2017) สามารถนำมาประยุกต์เป็นโมเดล ของ นวัตกรรมโฮมสเตย์ใหม่ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 โมเดลนวัตกรรมโฮมสเตย์ (Hashim, 2015; Keling, 2017)

จากภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่านวัตกรรมโฮมสเตย์ประกอบด้วยด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ (product and service innovation) สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น เช่น ที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมที่โดดเด่น ศิลปะหัตถกรรม ดนตรี กิจกรรมทางวัฒนธรรม

อาหารแบบดั้งเดิมและกิจกรรมทางการเกษตรที่เกี่ยวข้อง

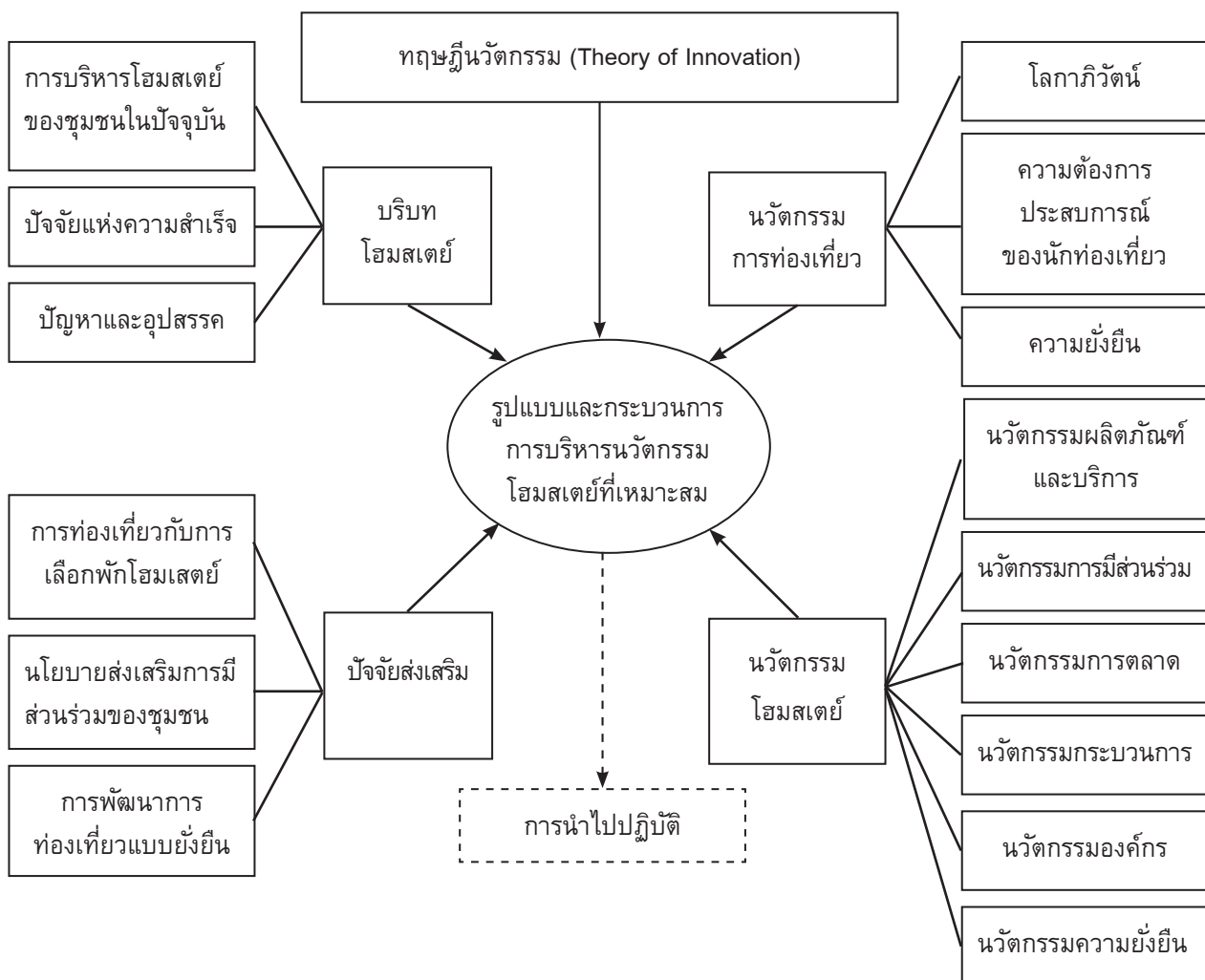
2. นวัตกรรมการมีส่วนร่วม (community innovation) การมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่นคณะกรรมการหมู่บ้านและผู้คนที่อยู่ในพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมโฮมสเตย์

3. นวัตกรรมการตลาด (marketing innovation) นวัตกรรมมุ่งเน้นที่ความใหม่ของตลาด สามารถทำหน้าที่เชิงรุกเนื่องจากภาคการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ส่วนใหญ่เป็นภาคบริการ โดยมีกลยุทธ์หรือความคิดสร้างสรรค์ในการทำการตลาด

4. นวัตกรรมกระบวนการ (process innovation) คือการปรับปรุงกระบวนการให้บริการแบบใหม่ โดยการให้บริการที่ดีขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว

5. นวัตกรรมองค์กร (organizational innovation) คือการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรหรือวิธีการจัดการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงการใช้ความรู้ขององค์กรหรือเพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการของคุณ หรือเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน

6. นวัตกรรมความยั่งยืน (sustainability innovation) ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างที่แน่นอน เกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมโฮมสเตย์ที่เหมาะสมและยั่งยืน โดยคำถามในการสัมภาษณ์ได้ผ่านกระบวนการ ทดสอบความน่าเชื่อถือโดยการทำ IOC จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน และผ่านกรรมการจริยธรรมของ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ เพื่อศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนานวัตกรรมโฮมสเตย์ จำนวน 12 คน ซึ่งจะต้องมีคุณสมบัติ คือ 1) เป็นนักวิชาการที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกิจกรรม กระบวนการให้บริการ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในชุมชนกับองค์กรภายนอกของโฮมสเตย์ในแต่ละ ชุมชน และการพัฒนานวัตกรรมโฮมสเตย์ 2) เป็นผู้บริหารองค์กรภาครัฐและเอกชนที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ กิจกรรม กระบวนการให้บริการ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในชุมชนกับ องค์กรภายนอกของโฮมสเตย์ในประเทศไทย และการพัฒนานวัตกรรมโฮมสเตย์ และ 3) เป็นนักท่องเที่ยว ที่เน้นการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์มาไม่น้อยกว่า 10 ปี โดยการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในระดับชุมชนที่ทำโฮมสเตย์อยู่แล้ว การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำบทสัมภาษณ์มาถอดเทปแบบคำต่อคำ จากนั้นจึงตัดทอนข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องออก แล้วจึงนำมาจัด กลุ่มเป็นประเด็นหลัก (theme) และประเด็นย่อย (sub-theme) โดยมีการอ้างอิงบทสัมภาษณ์ประกอบการเขียน รายงานวิจัย ซึ่งผลการศึกษานี้จะสามารถเป็นประโยชน์สำหรับชุมชนที่ทำโฮมสเตย์ในพื้นที่ต่าง ๆ ในประเทศไทย ที่มีบริบททางสังคม วัฒนธรรมและลักษณะภูมิศาสตร์คล้ายคลึงกันได้ ถึงแม้ว่าชุมชนในแต่ละพื้นที่ แต่ละภูมิภาคของประเทศไทยจะมีความแตกต่างกันทั้งทางภูมิประเทศและวัฒนธรรม แต่นวัตกรรมทางเทคโนโลยี เช่น ระบบพลังงานแสงอาทิตย์ นวัตกรรมด้านการบริหารจัดการองค์กร หรือแม้แต่แต่นวัตกรรมด้านการตลาด ก็ สามารถที่จะประยุกต์ใช้ได้กับทุกชุมชน การนำนวัตกรรมบางประเภทมาประยุกต์ใช้จึงไม่ได้ยึดติดกับข้อจำกัด จนทำให้ไม่สมารถนำนวัตกรรมไปใช้ได้เลย

สรุปผลการวิจัย

1. รูปแบบการบริหารจัดการโฮมสเตย์ของไทยในปัจจุบัน มีดังนี้ 1) มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดการการ ท่องเที่ยว 2) ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ 3) เป็นรายได้เป็นหลักของชุมชน 4) มุ่งไปสู่ความยั่งยืน 5) ผู้นำ ชุมชนเป็นผู้ดูแลและจัดสรรพื้นที่ 6) พัฒนามาตามความต้องการของนักท่องเที่ยว 7) โฮมสเตย์บางส่วนที่ไม่รู้กลุ่ม เป้าหมายและกิจกรรมรองรับนักท่องเที่ยว 8) กระทั่งท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้ประเมินมาตรฐาน

2. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการบริหารจัดการโฮมสเตย์ของไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของชุมชน 2) ทักษะและการจัดการท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ 3) ชุมชนมีความรู้ในการทำโฮมสเตย์ 4) มีผู้นำชุมชนที่ดีและมีภาวะผู้นำสูง 5) ได้รับการสนับสนุนทั้งภาครัฐ เอกชนและสถานศึกษา 6) ดูแลนักท่องเที่ยว อย่างมีเมตตา 7) จัดทำบัญชีที่มีมาตรฐาน โปร่งใส 8) การประชาสัมพันธ์ที่ดี 9) มุ่งเน้นการนำเสนอวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม 10) ปรับปรุงและพัฒนาอยู่เสมอ และ 11) ฝึกอบรมการบริหารและการบริการเสมอ

3. ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการโฮมสเตย์ของไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วย 1) ขาดการบูรณาการ การทำงานร่วมกัน 2) ขาดความรู้ในการทำโฮมสเตย์ 3) ทำเป็นเชิงธุรกิจมากเกินไป 4) ต้นทุนและค่าใช้จ่ายสูง 5) แบ่งผลประโยชน์ไม่เป็นธรรม 6) ขาดความเชื่อมั่นในการเปลี่ยนแปลง 7) ผู้นำบริหารงานไม่โปร่งใส 8) ขาดมาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพ 9) ขาดการรับฟังความคิดเห็นอย่างเปิดกว้าง 10) สภาพแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนไป

11) การประชาสัมพันธ์ไม่ดีพอ และ 12) ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นพื้นฐาน

4. รูปแบบและกระบวนการในการบริหารจัดการนวัตกรรมโฮมสเตย์ที่เหมาะสม มีดังนี้ 1) การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการสร้างสรรค์และการพัฒนาให้เกิดความแปลกใหม่ และดึงดูดแต่ไม่กระทบเชิงลบกับวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิมและสิ่งแวดล้อมชุมชน 2) การสร้างนวัตกรรมการมีส่วนร่วม โดยการบูรณาการและประสานงานกันระหว่างหน่วยงาน ทั้งภาครัฐ เอกชน สถานศึกษาและชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง 3) การสร้างนวัตกรรมการตลาด โดยการทำการตลาดเชิงรุกเน้นการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวิถีชุมชนดั้งเดิม รวมถึงการร่วมมือกันทำกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ 4) การสร้างนวัตกรรมกระบวนการ โดยการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการที่เน้นคุณภาพ มาตรฐาน ความโปร่งใส ตรวจสอบได้และเปิดรับฟังความคิดเห็นสาธารณะอย่างเปิดกว้าง 5) การสร้างนวัตกรรมองค์กร โดยการพัฒนาความรู้ความสามารถ ทักษะของคนในชุมชนและสร้างวัฒนธรรมชุมชนให้มีความสามัคคีเห็นประโยชน์ชุมชนเป็นหลัก เพื่อร่วมมือกันในการบริหารโฮมสเตย์ร่วมกันอย่างราบรื่นและเต็มใจ 6) การสร้างนวัตกรรมความยั่งยืน โดยการสร้างรายได้ถาวรให้กับชุมชนและมุ่งเน้นความคงอยู่ของความเป็นอัตลักษณ์ดั้งเดิม โดยการพัฒนาใด ๆ ก็ตามที่เกิดขึ้น จะต้องไม่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อทั้งกับชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมเดิมที่มีอยู่มาก่อน

อภิปรายผล

จากการศึกษา สรุปได้ว่า รูปแบบและกระบวนการในการบริหารจัดการนวัตกรรมโฮมสเตย์ที่เหมาะสมกับโฮมสเตย์ของไทยในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ด้าน มีดังนี้

1. การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ โดยการสร้างสรรค์และการพัฒนาให้เกิดความแปลกใหม่ และดึงดูดแต่ไม่กระทบเชิงลบกับวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิมและสิ่งแวดล้อมชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ Tutorial Point (2016); Wan (2013) และ Lamaijin (2016) ที่กล่าวว่า ในพื้นที่ท่องเที่ยวจะต้องจัดให้มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือมีลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัวทั้งที่มาจากธรรมชาติและ ความงดงามที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่นเดียวกับแนวคิดของ Hashim (2015) ที่มองว่าการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ จะเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงสินค้าและบริการใหม่ ปรับปรุงที่พักที่มีอยู่เดิมและบริการให้ดียิ่งขึ้นหรือ การเสนอรูปแบบที่พักหรือบริการใหม่ให้กับลูกค้า สอดคล้องกับ Keling (2017) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ คือการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น เช่น ที่อยู่อาศัยตามธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมที่โดดเด่น ศิลปหัตถกรรม ดนตรี กิจกรรมทางวัฒนธรรม อาหารแบบดั้งเดิมและ กิจกรรมทางการเกษตรที่เกี่ยวข้อง เช่นเดียวกับ Schumpeter (1934) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือบริการ ให้ความสำคัญต่อการนำเสนอสินค้าหรือบริการแบบใหม่ โดยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ จะมีประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจที่จะซื้อความแปลกใหม่ เช่น ห้องพักของโรงแรมมีอุปกรณ์ทันสมัยและสะดวกสบายกว่า สถาปัตยกรรม และการออกแบบใหม่กว่า นวัตกรรมด้านราคาดีกว่า ซึ่ง Rønningen (2010) มองรวมไปถึงว่า ทิศทางการส่งออกหรือนำออก จะสามารถนำไปสู่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ได้ในที่สุดด้วย ในขณะที่ Bhan (2014) กล่าวว่า การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการ จะต้องได้รับความช่วยเหลือด้านเทคนิค รวมไปถึงการฝึกอบรมให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการโฮมสเตย์ให้ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับความเป็นผู้นำและการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วย

2. การสร้างนวัตกรรมการมีส่วนร่วม โดยการบูรณาการและประสานงานกันระหว่างหน่วยงาน ทั้งภาครัฐ

เอกชน สถานศึกษาและชุมชน เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง สอดคล้องกับ Keling (2017) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมจากชุมชนท้องถิ่น คณะกรรมการหมู่บ้าน และผู้คนที่อยู่ในพื้นที่ มีความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมโฮมสเตย์ เช่นเดียวกับ Arevin (2014) ที่มองว่า ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และพัฒนาทักษะในการเป็นผู้ประกอบการ สร้างสังคมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาจะต้องมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากกว่านั้น Bhan (2014) ยังกล่าวว่า การมีส่วนร่วมจะต้องมีการแบ่งปันผลประโยชน์ของสมาชิกในชุมชนที่เป็นธรรมจากการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในขณะที่ Ibrahim & Razzaq (2015) กล่าวว่า ผู้เข้าร่วมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมาก ของโครงการในชุมชน มีการสนับสนุนโครงการโฮมสเตย์ ชุมชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ในสถานที่ท่องเที่ยว มีความกระตือรือร้นที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Rønningen (2010) ที่กล่าวว่า ความร่วมมือ ช่วยเพิ่มขีดความสามารถด้านนวัตกรรม การมีส่วนร่วมกำหนดทิศทางการตลาดของพนักงานสามารถสร้างนวัตกรรมขึ้นได้ เช่นเดียวกับแนวคิดของ Raffia (2013) ที่มองว่า ความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ จะช่วยสร้างนวัตกรรมได้ ในขณะที่ Wattanasab (2013) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นกระบวนการที่ประชาชนมีส่วนร่วม มีความต้องการ และมีทัศนคติที่จะมีส่วนร่วมกับรัฐในการตัดสินใจ กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการสื่อสารสองทาง ที่มีเป้าหมายโดยรวมเพื่อที่จะให้เกิดการตัดสินใจที่ดีขึ้น และได้รับการสนับสนุนจากสาธารณชน สอดคล้องกับ Kogphon (2009) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดกฎเกณฑ์นโยบาย การบริหารและการตัดสินใจของชุมชนเพื่อประโยชน์ของประชาชนอย่างแท้จริง ทั้งนี้ ประชาชนจะต้องมีอิสระทางความคิด โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนจะต้องมีตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ เช่นเดียวกับ Kongsab (2015) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนจะช่วยในการประสานงาน ความรับผิดชอบ หรือการทำงานร่วมกันกับกลุ่มเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยดำเนินการอย่างเหมาะสม และเชื่อถือได้ โดย Burikul (2007) กล่าวเสริมว่า การมีส่วนร่วมจะต้องมีอิสรภาพในการเข้าร่วม มีความเสมอภาคในการเข้าร่วมกิจกรรม และผู้เข้าร่วมต้องมีความสามารถพอที่จะเข้าร่วมกิจกรรม

3. การสร้างนวัตกรรมการตลาด โดยการทำการตลาดเชิงรุกเน้นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวิถีชุมชนดั้งเดิม รวมถึงการร่วมมือกันทำกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่าง ๆ สอดคล้องกับ Keling (2017) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมมุ่งเน้นที่ความใหม่ของตลาด สามารถทำหน้าที่เชิงรุกเนื่องจากภาคการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ส่วนใหญ่เป็นภาคบริการโดยมีกลยุทธ์หรือความคิดสร้างสรรค์ในการทำการตลาด เช่นเดียวกับ Hashim (2015) ที่กล่าวว่า การใช้วิธีการทางการตลาดใหม่หรือปรับปรุงเพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสินค้าขององค์กร และการบริการหรือเข้าสู่ตลาดผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าหรือบริการใหม่ การขายหรือการจัดจำหน่ายใหม่หรือเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ เช่น การขายทางอินเทอร์เน็ต การขายตรง และแฟรนไชส์ และการกำหนดทิศทางการตลาดใหม่และกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดใหม่ ในขณะที่ Hjalager (2002) ก็มองว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อสังคมออนไลน์ จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม ทำให้สารสนเทศมีประโยชน์เกิดประสิทธิภาพและใช้งานได้กว้างขวางมากขึ้น แต่ Bhan (2014) มองว่า ปัจจุบันนี้ โฮมสเตย์ส่วนใหญ่ขาดการส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ไม่มีการวางแผนที่เหมาะสมในการขยายการตลาดและเครือข่ายในประเทศ รัฐบาลควรมีการส่งเสริมโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างต่อเนื่อง ซึ่ง Chuaybumroong (2009) ให้ทัศนะว่า การทำการตลาดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ควรให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของประสบการณ์

ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ โดยมีจิตสำนึกรับผิดชอบและมีจริยธรรมของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

4. การสร้างนวัตกรรมกระบวนการ โดยการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการที่เน้นคุณภาพ มาตรฐาน ความโปร่งใส ตรวจสอบได้และเปิดรับฟังความคิดเห็นสาธารณะอย่างเปิดกว้าง สอดคล้องกับ Hashim (2015) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมกระบวนการเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ การปรับปรุงวิธีการขนส่งสินค้าการจัดส่งหรือการกระจายสินค้าใหม่ การปรับปรุงระบบการบำรุงรักษา การจัดซื้อ การบัญชีใหม่ และการปรับปรุงระดับการให้บริการที่ดีขึ้น สอดคล้องกับ Noipayak (2016) ที่กล่าวว่า การสร้างนวัตกรรมกระบวนการเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานการตลาดท่องเที่ยวใหม่ การนำเสนอสินค้าหรือบริการที่หลากหลายและมีความแตกต่างมากขึ้นกว่าเดิม สร้างสินค้าหรือบริการใหม่ให้กับวงการท่องเที่ยว เพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและลดต้นทุนในการให้บริการ ในขณะที่ Kongpetch, Wongjanthra & Kurukhote (2015) มองว่าการดำเนินงาน วางแผนการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนรับทราบ การฝึกอบรมเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรมกระบวนการได้ เช่น ผลการศึกษาของ Seyanon & Somphobsakul (2010) ที่กล่าวว่า การลงทะเบียนเข้าพักโฮมสเตย์ อาจไม่จำเป็นต้องเป็นรูปแบบเหมือนธุรกิจโรงแรม แต่ควรเป็นรูปแบบการเก็บข้อมูลแบบง่าย ๆ เพื่อให้เจ้าของบ้านทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ช่วยในการวางแผนการเข้าพักของนักท่องเที่ยว และสามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของผู้ประพฤติมิชอบหรือการหลบซ่อนของอาชญากรได้ ซึ่งก็อาจเป็นการออกแบบกระบวนการที่ใกล้เคียงกับนวัตกรรมได้

5. การสร้างนวัตกรรมองค์กร โดยการพัฒนาความรู้ ความสามารถ ทักษะของคนในชุมชนและสร้างวัฒนธรรมชุมชนให้มีความสามัคคีเห็นประโยชน์ชุมชนเป็นหลัก เพื่อร่วมมือกันในการบริหารโฮมสเตย์ร่วมกันอย่างราบรื่นและเต็มใจ สอดคล้องกับ Carvalho & Costa (2011) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมองค์กรเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงวิธีการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ ปรับปรุงสถานที่ทำงานใหม่และความสัมพันธ์กับองค์กรภายนอก เช่นเดียวกับ Omerzel (2016) ที่มองว่า นวัตกรรมองค์กรเกี่ยวข้องกับการจัดการทางธุรกิจใหม่ เสริมสร้างศักยภาพของพนักงาน ตอบแทนด้วยผลประโยชน์ทางการเงินและความพึงพอใจ รักษาพนักงานให้ทำงานอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ในขณะเดียวกัน Raffia (2013) กลับมองว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรเพื่อปรับปรุงการใช้ความรู้ขององค์กรหรือเพื่อปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการของคุณหรือเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ ในขณะที่ Bhan (2014) มองว่านวัตกรรมองค์กร เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งกองทุนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน สอดคล้องกับ Ibrahim & Razzaq (2015) ที่คิดว่าจะต้องมีการแต่งตั้งคณะกรรมการหลัก ซึ่งเป็นองค์กรประกอบที่ผลต่อความสำเร็จของโฮมสเตย์ เนื่องจากโฮมสเตย์ไม่เพียงเกี่ยวข้องกับชุมชนท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับคณะกรรมการของหมู่บ้านด้วย สอดคล้องกับ Kongpetch, et al. (2015) ที่สนับสนุนการจัดตั้งองค์กรในชุมชน ให้มีการเลือกตั้งคณะกรรมการขององค์กรในชุมชนและรับสมัครสมาชิกเพื่อรวมกลุ่มโฮมสเตย์ เช่นเดียวกับ Seyanon & Somphobsakul (2010) ที่กล่าวว่า มีการรวมกลุ่ม จัดตั้งในรูปของกลุ่มชมรมหรือสหกรณ์ ซึ่งสมาชิกและคนในชุมชนจะต้องมีความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในด้านการจัดการ วิธีการดำเนินการที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบทที่มีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

6. การสร้างนวัตกรรมความยั่งยืน โดยการสร้างรายได้ถาวรให้กับชุมชนและมุ่งเน้นความคงอยู่ของความเป็นอัตลักษณ์ดั้งเดิม โดยการพัฒนาใด ๆ ก็ตามที่เกิดขึ้น จะต้องไม่ส่งผลกระทบเชิงลบต่อทั้งกับชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อมเดิมที่มีอยู่มาก่อน สอดคล้องกับ UNESCO (2005) ที่กล่าวว่า ความยั่งยืนมาจากการรักษา

ระบบนิเวศ จริยธรรมและสังคมเท่าเทียมกัน โดยการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชน สร้างความมั่นคงด้านเศรษฐกิจสังคมและด้านวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Jittungwattana (2014) ที่เสริมว่า ความยั่งยืนเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อใช้ประโยชน์อย่างยาวนาน เช่นเดียวกับ Chaiprasit (2011) ที่มองว่า เป็นการเน้นการจัดการด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต สอดคล้องกับ Siriweschakul (2011) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมความยั่งยืนด้านการบริหารการท่องเที่ยว เป็นผลมาจากชุมชน ธรรมชาติ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิตที่มีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว พร้อมให้ประชาชนมีส่วนร่วมและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน สอดคล้องกับ Kasemsab (2013) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว สอดคล้องกับโครงการรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจะต้องอยู่ภายใต้กรอบแนวคิด 7 Greens ประกอบด้วย หัวใจสีเขียว รูปแบบการเดินทางสีเขียว แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว กิจกรรมสีเขียว บริการสีเขียว ความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมและชุมชนสีเขียว ในขณะเดียวกัน Nirattakul (2011) ก็กล่าวว่า นวัตกรรมความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว ต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยการปกป้องรักษาระบบนิเวศความหลากหลายทางชีวภาพและเอกลักษณ์ท้องถิ่น สอดคล้องกับ Chuaybumroong (2009) ที่กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวต้องอาศัยสิ่งแวดล้อมเป็นสินค้าหลัก จึงทำให้การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมอย่างใกล้ชิด

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันโฮมสเตย์ขาดการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุน และระหว่างชุมชนด้วยกันเอง ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่ดูแลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น จะต้องทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพในการประสาน และเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงความร่วมมือให้เกิดขึ้นในทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวและภาคประชาชนในชุมชน เพื่อร่วมมือกันขับเคลื่อนและสร้างนวัตกรรมใหม่ ที่จะสามารถนำไปใช้กับโฮมสเตย์ในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน เป็นรูปธรรมและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน

2. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันโฮมสเตย์มีการแบ่งผลประโยชน์และแบ่งรายได้ที่ไม่เป็นธรรมเท่าเทียมและทั่วถึง ซึ่งอาจจะนำไปสู่ความขัดแย้งรุนแรงในชุมชนได้ ดังนั้น ผู้นำชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นคนกลางเพื่อบริหารจัดการผลประโยชน์ในชุมชนให้เกิดความเท่าเทียม การเลือกผู้นำชุมชนที่ดี มีจริยธรรมและธรรมาภิบาลเข้ามาดูแลผลประโยชน์ของชุมชน จึงต้องเกิดจากความเห็นพ้องต้องกันของคนในชุมชนนั้น ๆ โดยมีองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นให้การสนับสนุนและดูแลอย่างโปร่งใส และรับฟังความคิดเห็นของประชาชนอย่างแท้จริง

3. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันโฮมสเตย์ขาดความร่วมมือกันในชุมชน ต่างคนต่างทำเอง ไม่มีการรวมกลุ่มกันที่เข้มแข็ง ดังนั้น ผู้นำชุมชนและภาครัฐควรประสานความร่วมมือกัน เพื่อเข้ามาบริหารจัดการและจัดตั้งองค์กรและคณะกรรมการหมู่บ้าน เพื่อรวมกลุ่ม บริหารจัดการ ควบคุม ดูแล และจัดการผลประโยชน์ให้กับสมาชิกโฮมสเตย์ในชุมชน รวมถึงการสร้างเครือข่ายกับชุมชนอื่น ๆ ด้วย ทั้งนี้ก็เพื่อกำหนดกติกา มาตรฐาน การบริการและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ในการทำโฮมสเตย์ร่วมกัน มากกว่านั้นจะช่วยให้เกิดการกระจายรายได้

ให้กับสมาชิกทุกคนอย่างเสมอภาค เท่าเทียมมากขึ้นกว่าเดิม

4. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันโฮมสเตย์ประสบกับปัญหาด้านบุคลากรที่อาจจะไม่มีความรู้ ทักษะ และความเข้าใจในธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญและบุคลากรในพัฒนาความรู้ ความสามารถและทักษะในด้านต่าง ๆ ทั้งหมดเกี่ยวกับโฮมสเตย์ ผ่านการฝึกอบรมให้ความรู้ การฝึกปฏิบัติจริง การศึกษาดูงานโฮมสเตย์ที่ประสบความสำเร็จ หรือแม้แต่การสร้างแหล่งเรียนรู้ชุมชนร่วมกัน เพื่อถ่ายทอดความรู้ ความสามารถและทักษะในด้านต่าง ๆ ไปสู่ทั้งเจ้าของและผู้มีหน้าที่ให้บริการในโฮมสเตย์ ให้มีความสามารถและทักษะเพียงพอในการทำโฮมสเตย์ให้ประสบความสำเร็จได้

5. จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจุบันโฮมสเตย์มีการประชาสัมพันธ์ไม่ดีพอ ทำให้การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะเดินทางมาในพื้นที่มีน้อย ซึ่งอาจจะทำให้โฮมสเตย์ในบางชุมชนไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐจึงควรที่จะต้องเข้ามาช่วยในการทำประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและโฮมสเตย์ รวมถึงการให้ความรู้กับชุมชนในด้านการประชาสัมพันธ์ และการตลาดเชิงรุก โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านทางสังคมออนไลน์ ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายจากทั่วทุกมุมโลก ทั้งนี้ก็เพื่อให้ชุมชนสามารถที่จะพึ่งพาตนเองในการโปรโมทแหล่งท่องเที่ยวชุมชนและที่พักโฮมสเตย์ในชุมชนได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้นอีกด้วย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนะให้มีการนำรูปแบบนวัตกรรมจากผู้เชี่ยวชาญ ไปคัดเลือกนวัตกรรมที่มีความเป็นไปได้ในการนำไปพัฒนาโฮมสเตย์ เช่น นวัตกรรมที่เน้นการสร้างคามยั่งยืน รักษาสิ่งแวดล้อม ลดค่าใช้จ่าย และรักษาเป็นอัตลักษณ์ดั้งเดิมของชุมชน ได้แก่ การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาในขั้นตอนต่อการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ โดยการนำระบบพลังงานแสงอาทิตย์ไปติดตั้งให้กับชุมชนบ้านริมคลองโฮมสเตย์อัมพวา ซึ่งผู้วิจัยจะทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการ และวัดผลที่เกิดจากประสิทธิภาพการติดตั้งนวัตกรรมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ที่ผู้วิจัยตั้งสมมติฐานไว้ว่าจะสามารถช่วยลดค่าใช้จ่าย รักษาสิ่งแวดล้อม สร้างจุดขายที่มีความแตกต่างจากโฮมสเตย์ที่มีในปัจจุบัน อันจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อชุมชน และเป็นแบบอย่างในการนำไปขยายผลในชุมชนอื่น ๆ ต่อไป



References

- Arundel, A., Demandt, I., Steinmueller, E. & Malo, S., (1997). **New Developments in Patenting and Dutch SMEs**. Maastricht: Merit Research Memorandum,
- Aldebert, B., Dang, R. & Longhi, C. (2010). Innovation in the Tourism Industry: The Case of Tourism@. **Tourism Management**, 32(5): 1204-1213.
- Arevin, T. A. (2014). The Empowerment Model of Coastal Homestay Business Owners in Five Strategic Areas of National Tourism. **International Journal of Administrative Science & Organization**, 21(1): 25-27.
- ASEAN Secretariat. (2016). **Asean Homestay Standard**. Jakarta: ASEAN Secretariat.
- Bhan, S. (2014). Homestay Tourism in India: Opportunities and Challenges. **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, 3(2): 55-65.
- Boonyabanchar, Somsook. (2017). **Citizens Assembly, democratic development process and public participation** (สมัชชาพลเมืองกระบวนการพัฒนาประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วมของประชาชน). Bangkok: Secretariat of the House of Representatives.
- Burikul, Thawinwadee. (2007). **Public participation dynamics: from the past to the Constitution of the Kingdom of Thailand 2007** (พลวัตการมีส่วนร่วมของประชาชน: จากอดีตจนถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2007). Bangkok: AP Graphic Design and Printing Co., Ltd.
- Carvalho, L. & Costa, T. (2011). Tourism Innovation - a Literature Review Complemented by Case Study Research. In **International Conference on Tourism & Mana Studies - Algarve 2011**, pp. 23-33. Faro: University of Algarve.
- Chaiprasit, Khosit. (2011). **Sustainable tourism in the development dimension from inside: A case study of Angkhang Royal Agricultural Station, Pai District, Chiang Mai Province** (การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมิติการพัฒนาจากภายใน: กรณีศึกษาชุมชนในสถานีเกษตรหลวงอ่างขาง อำเภอปาย จังหวัดเชียงใหม่). Chiang Mai: Chiang Mai Rajabhat University.
- Chuaybumroong, Terdchai. (2009). **Roles of local government organizations and sustainable tourism development based on the concept of sufficiency economy** (บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง). Bangkok: King Prajadhipok's Institute.
- Department of Tourism. (2015). **Homestay** (โฮมสเตย์ไทย). Bangkok: Chulalongkorn University.
- Douglas, F. (1985). **Travel and Tourism Management**. Basingstoke: Macmillan Educational.
- Hashim, A. M. (2015). Langkawi Homestay: Exploring an Innovation Aspect in Homestay Industry. **Journal of Tourism, Hospitality and Sports**, 7(8): 1-5.

- Hawkins, D., Lake, D., Nielson, D. & Tierney, M. J. (2006). **Delegation and Agency in International Organizations**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hjalager, A. M. (2002) Repairing Innovation Defectiveness in Tourism. **Tourism Management**, 23: 465-474.
- Ibrahim, Y. & Razzaq, A. R. A. (2015). **Homestay Program and Rural Community Development in Malaysia**. [Online]. Retrieved January 20, 2018 from http://www.ritsumei.ac.jp/acd/re/k-rsc/hss/book/pdf/vol02_03.pdf
- Jittungwattana, Boonlers. (2014). **Sustainable tourism development (การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน)** (2nd ed.). Bangkok: Dharmasarn Co., Ltd.
- Karlsson, R. (2017). **Homework before homestay the importance of host-training for sustainable tourism development**. Bachelor's dissertation, Linnaeus University, Philippines.
- Kasemsab, Jaruwan. (2013). Environmental conservation for sustainable tourism (การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน). **Journal of Environmental**, 13(3): 3-5.
- Kasemsuk, Jintawee. (2011). **Communication and social change (การสื่อสารกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม)**. Bangkok: Chulalongkorn University publisher.
- Kasuma, J. (2016). Tourist perception towards homestay businesses: Sabah experience. **Journal of Scientific Research and Development**, 3(2): 27-33.
- Keling, W. & Entebang, H. (2017). Dayak Homestay Entrepreneurs Innovation Characteristics. **Journal of Tourism and Management Research**, 2(2): 12-17.
- Khon Kaen Tourism and Sports Office. (2015). **Homestay knowledge management documents (เอกสารประกอบการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์)**. Khon Kaen: Office of Tourism and Sports.
- Klamphaiboon, Worraphan. (2016). **Homemade Stay: Small is Beautiful**. Bangkok: Super Green Studio.
- Kogphon, Orathai. (2009). **A companion to the public participation guide for local administrators (คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชน สำหรับนักบริหารท้องถิ่น)**. Bangkok: Charansanitwong Printing.
- Kongpetch, Jintana. Wongjanthra, Prayoon. & Kurukhote, Jurairat. (2015). Developing homestay village model for Eco-tourism services Nongbua Lamphu province (การพัฒนารูปแบบหมู่บ้านโฮมสเตย์เพื่อการบริการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จังหวัดหนองบัวลำภู). **Journal of Education Mahasarakam University**. 9(3): 11-20.
- Kongsab, Soonthon. (2015). **Public participation in the administration of subdistrict administrative organizations: a case study of Tha It Subdistrict, Pak Kret District Nonthaburi (การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานองค์การบริหารส่วนตำบล: กรณีศึกษา ตำบลท่าอิฐ อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี)**. Master's dissertation, National Institute of Development Administration,

- Bangkok, Thailand.
- Lamaijin, Kulwadee. (2016). **Ecotourism culture (วัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ)**. Ubon Ratchathani: Ubon Ratchathani Rajabhat University.
- Lundvall, B. (1995). **National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning**. London: Biddles.
- Mill, R. C. (1990). **Tourism the international business**. New Jersey: Prentice Hall.
- Mowery, D. & Rosenberg, N. (1979). The influence of market demand upon innovation: a critical review of some recent empirical studies. **Research Policy**, 8(2): 102-153.
- Myers, S. & Marquis, D. G. (1969). **Successful Industrial Innovations A Study of Factors Underlying Innovation in Selected Firms**. Washington DC: National Science Foundation.
- Nirattakul, Yuwadee (2011). **Sustainable tourism amid the changing dimension (การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนท่ามกลางมิติแห่งการเปลี่ยนแปลง)**. Bangkok: Silpakorn University.
- Noipayak, Walailuck. (2016). **Tourism innovation (นวัตกรรมการท่องเที่ยว)**. [Online]. Retrieved January 20, 2018 from http://www.etatjournal.com/upload/221/9_TravellInnovation.pdf
- Omerzel, D. G. (2015). A systematic review of research on innovation in hospitality and tourism. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 28(3): 25-29.
- Othman, R. (2015). Muslim-Friendly's Homestay in Malaysia: Issues and Challenges. **Advanced Science Letters**, 21(6): 1-5.
- Pond, A. (1993). **Tourism Technology and Competitive Strategies**. Wallingford: Cab International.
- Raffia, C. (2013). Innovation in Rural Tourism: A Model for Hungarian Accommodation Providers. **Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society**, 8(4): 75-79.
- Rønningen, M. (2010). Innovation in the Norwegian Rural Tourism Industry: Results from a Norwegian Survey. **The Open Social Science Journal**, 3(1): 15-29.
- Schmookler, J. (1966), **Invention and Economic Growth**. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1934). **The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle**. Cambridge, Massachusetts: Harvard Economic Studies.
- Secretariat of the House of Representatives. (2016). **Public participation management (การบริหารราชการแบบมีส่วนร่วมของประชาชน)**. [Online]. Retrieved April 1, 2018 from http://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2559/aug2559-2.pdf
- Seyanon, Isara. & Somphobsakul, Phairin. (2010). **Creating a sustainable tourism value of a homestay business: a case study of a homestay in the Amphawa Floating Market Samut Songkhram Province (การสร้างมูลค่าการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของธุรกิจโฮมสเตย์: กรณีศึกษาโฮมสเตย์บริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม)**. Bangkok: University of the Thai Chamber of Commerce.

- Siriweschakul, Chuwit. (2001). Community tourism and homestay arrangements (การท่องเที่ยวเชิงชุมชน และการจัดโฮมสเตย์). **Journal of Tourism**, 20(2): 14.
- Sriwattanasarn, Pittaya. (2015). **Tourism industry (อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว)**. Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Statistics Subcommittee on Tourism and Sports. (2013). **Statistical Development Plan for Tourism and Sports, Issue 1, 2013 - 2015 (แผนพัฒนาสถิติสาขาการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2556 - 2558)**. Bangkok: Ministry of Tourism and Sports.
- Stevens, L. (1985). **Guide to starting and operating a successful travel agency**. Wheaton: Delmar.
- Tutorials Point. (2016). **Tourism Management**. [Online]. Retrieved Mar 17, 2016 from <http://www.Tutorialspoint.com>
- UNESCO. (2005). **Sustainable Tourism Development in UNESCO Designated Sites in South-Eastern Europe**. München: UNESCO.
- United Nation. (2010). **International Recommendations for Tourism Statistics 2008**. New York: United Nations Publication.
- Wan, C. (2013). **Introduction to Tourism**. Hong Kong: Education Bureau.
- Wattanasab, Wanchai. (2013). **Guide to public participation in community decisions (คู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจของชุมชน)**. Khon Kaen: Printing Depot Nana Wittaya.
- World Tourism Organization. (2011). Tourism Satellite Account - Why do we have it and what does it do? In **Capacity Building Program, Asia Workshop II 4 - 6 July 2011**. np.