

การพัฒนาธุรกิจที่พักโดยชุมชนชาติพันธุ์สี่เผ่าไทศรีสะเกษ
ด้วยนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาวะ และเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน
การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน
DEVELOPMENT OF COMMUNITY-BASED ACCOMMODATION BUSINESSES AMONG
THE FOUR ETHNIC GROUPS IN SISAKET PROVINCE THROUGH INNOVATION
TO PROMOTE WELL-BEING AND ENHANCE SUSTAINABLE COMPETITIVENESS
IN TOURISM AND THE CREATIVE ECONOMY

พรหมลิขิต อูรา^{1*}, พิชญพร ศรีบุญเรือง², ลินจง โพชารี่³ และ ศราวุฒิ ตามบุญ⁴
Promlikit Ura^{1*}, Pichayaporn Sriboonruang², Linjong Pocharee³ and Sarawut Tamboon⁴

¹คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ

²วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพมหานคร

³คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

⁴โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านหนองโน จังหวัดศรีสะเกษ

¹Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University, Sisaket Province

²Dusit Thani College, Bangkok

³Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University, Mahasarakham Province

⁴Ban Nong No Subdistrict Health Promoting Hospital, Sisaket Province

*Corresponding Author: promlikit@sskru.ac.th

Received: August 2, 2025

Revised: August 26, 2025

Accepted: September 14, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและบริบทของธุรกิจที่พักโดยชุมชนชาติพันธุ์ในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อศึกษาความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดศรีสะเกษ และสร้างต้นแบบธุรกิจที่พักโดยชุมชนวิถีใหม่ด้วย นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของชาติพันธุ์สี่เผ่าไทศรีสะเกษภายใต้กรอบ BCG โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 29 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และการทำแผนภาพเครือข่าย ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณดำเนินการเก็บข้อมูล จากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มแบบเจาะจงและการสุ่มแบบ บังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยพหุ ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนมีทุนทางวัฒนธรรมที่ หลากหลาย มีศักยภาพในการพัฒนาที่พักโดยชุมชนที่ส่งเสริมสุขภาวะ และสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรูปแบบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย การบูรณาการอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ การออกแบบ กิจกรรมที่เน้นสุขภาวะ และการจัดการที่สร้างคุณค่าเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งนี้รูปแบบดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบความ เหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และสามารถประยุกต์ใช้กับชุมชนการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์อื่นได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: ที่พักโดยชุมชน, กลุ่มชาติพันธุ์สี่เผ่าไท, นวัตกรรม, สุขภาวะ, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

This research aimed to study the potential and context of community-based accommodation businesses operated by ethnic communities in Sisaket Province, explore the accommodation preferences of Thai tourists visiting the province, and develop a sustainable and innovative prototype of community-based accommodation that reflects the new-normal lifestyle of the four Tai ethnic groups in Sisaket, based on the Bio-Circular-Green (BCG) Economy Model. The study employed a mixed-methods research design. The qualitative phase involved in-depth interviews with 29 key informants, including local leaders, homestay entrepreneurs, and tourism officers. Data were analyzed using content analysis and network mapping. The quantitative phase consisted of a survey of 400 tourists, selected through purposive and accidental sampling techniques, with data analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The findings reveal that the community possesses rich cultural capital and potential for innovative well-being-based accommodations. The proposed model integrates ethnic identity, creative tourism, and wellness innovation, aiming to strengthen local competitiveness in a sustainable manner. The model was validated by three experts and is recommended for application in similar cultural tourism communities.

Keywords: Community-based accommodation, Four ethnic groups of Thai Sisaket, Innovation, Well-being, Creative tourism.

บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยต้องเผชิญกับความผันผวนหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของผู้คนในทุกมิติ ส่งผลให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยให้ความสำคัญกับสุขภาพทั้งทางกาย จิต และสังคมมากขึ้น (Smith & Diekmann, 2017) สุขภาวะในบริบทของการท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดเพียงการพักผ่อนในสิ่งแวดล้อมที่ดี แต่รวมถึงการมีประสบการณ์เชิงบวก การลดความตึงเครียด และการมีปฏิสัมพันธ์กับเจ้าของวัฒนธรรมอย่างใกล้ชิด ซึ่งนำไปสู่แนวโน้มใหม่ของการเดินทางที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Well-being Tourism) ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก (United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2022) แนวโน้มดังกล่าวทำให้ทุกภาคส่วนต้องปรับตัว โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองรองที่มีศักยภาพทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ จำเป็นต้องพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวและบริการที่ตอบสนองทั้งคุณภาพ ประสบการณ์ และสุขภาวะควบคู่กันไป

ในบริบทของประเทศไทย จังหวัดศรีสะเกษถือเป็นพื้นที่ที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมอันหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ชาติพันธุ์สี่เผ่าไท” ได้แก่ ลาว เขมร ส่วย (กูย) และเยอ ซึ่งมีมรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตดั้งเดิมที่โดดเด่น และยังคงดำรงอยู่ในชุมชนปัจจุบัน ชุมชนเหล่านี้มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเป็นฐานในการส่งเสริมสุขภาวะของนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้เรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้าน และมีประสบการณ์ร่วมกับเจ้าของบ้านในลักษณะโฮมสเตย์ อย่างไรก็ตามธุรกิจที่พักโดยชุมชนในพื้นที่เหล่านี้ยังขาดการจัดการที่เป็นระบบ ขาดนวัตกรรมด้านสุขภาวะและยังไม่สามารถเชื่อมโยงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ BCG Economy ได้อย่างแท้จริง (Ministry of Tourism and Sports, 2022; NECD, 2022) อีกทั้งยังเผชิญกับความท้าทายจากภาวะเศรษฐกิจหลัง COVID-19 เช่น การลดลงของนักท่องเที่ยวรายย่อย ความไม่มั่นคงด้านรายได้ของชุมชน และการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นจากตลาดดิจิทัลทั่วประเทศ

อย่างไรก็ตาม เครือข่ายการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษ ยังคงประสบกับความท้าทายในการรวมพลังและยกระดับศักยภาพอย่างเป็นระบบ ทั้งในด้านการจัดการที่พักโดยชุมชนหรือที่รู้จักโดยทั่วไป คือ โฮมสเตย์ การออกแบบกิจกรรมสร้างสรรค์ และการบริหารจัดการสุขภาวะของนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ช่องว่างที่สำคัญในระดับพื้นที่คือการขาดโมเดลหรือแนวทางเชิงบูรณาการที่สามารถประสานทุนทางวัฒนธรรมกับแนวคิดด้านนวัตกรรมสุขภาพ เพื่อให้สามารถพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมผู้บริโภคและแรงผลักดันจากนโยบายระดับมหภาค เช่น นโยบาย BCG Economy Model (Bio-Circular-Green) ซึ่งให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมสร้างสรรค์ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) โดยเฉพาะเป้าหมายข้อที่ 8 การส่งเสริมการจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ และข้อที่ 11 การพัฒนาเมืองและชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนั้น การพัฒนาธุรกิจที่พักโดยชุมชนชาติพันธุ์ที่สามารถส่งเสริมสุขภาวะไปพร้อมกับการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจึงถือเป็นประเด็นวิจัยที่ตอบโจทย์ช่องว่างสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงนโยบาย นำไปสู่การพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งชุมชนที่ยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพและบริบทของธุรกิจที่พักโดยชุมชนชาติพันธุ์สี่เผ่าไทศรีสะเกษ 2) เพื่อศึกษาความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดศรีสะเกษ และ 3) เพื่อสร้างต้นแบบธุรกิจที่พักโดยชุมชนวิถีใหม่ด้วยนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของชาติพันธุ์สี่เผ่าไทศรีสะเกษภายใต้กรอบ BCG

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์เชิงลึกบริบทและเครือข่ายการท่องเที่ยว และการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยการออกแบบและวิเคราะห์เชิงคุณภาพใช้แนวทาง Thematic Analysis บนกรอบแนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาสุขภาวะ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขณะที่การวิเคราะห์เชิงปริมาณใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและอ้างอิง

1) การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้แทนชุมชน สถาบันการศึกษา และนักวิชาการอิสระ รวมทั้งสิ้น 20 คน

เครื่องมือวิจัย

ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) และแนวคำถามในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และปรับแก้ก่อน การเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มในพื้นที่ 4 ชุมชนท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์สี่เผ่าไทในจังหวัดศรีสะเกษ การบันทึกเสียงและจดบันทึกภาคสนามได้รับความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล และหากข้อมูลไม่สมบูรณ์จะมีการสัมภาษณ์ซ้ำในกรณีจำเป็น

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์ประเด็นแบบมีกรอบ (Framework-based Thematic Analysis) โดยยึดโครงสร้างจากแนวคิดหลักของการวิจัย ได้แก่ สุขภาวะ เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ และเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยว

2) การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้สูตรของ Krejcie & Morgan (1970) สำหรับประชากรไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน

เครื่องมือวิจัย

ใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป พฤติกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้เกี่ยวกับสุขภาวะและคุณค่าชุมชน และระดับความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการอีก โดยเครื่องมือผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างขนาด 30 คน (Try out) เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตร Cronbach's Alpha ได้ค่าเท่ากับ 0.89 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับสูง

การเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยลงพื้นที่แจกแบบสอบถามด้วยตนเองในชุมชนท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่ง เป็นระยะเวลา 4 เดือน โดยการสุ่มอย่างง่ายจากนักท่องเที่ยวที่กำลังเข้าร่วมกิจกรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้โปรแกรมประยุกต์ทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในระดับสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์และแนวโน้มเชิงพฤติกรรม

การสังเคราะห์ข้อมูลระหว่างวิธี ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพและแบบสอบถามเชิงปริมาณจะถูกนำมาสังเคราะห์ร่วมกันโดยใช้แนวทาง Triangulation เพื่อประเมินความสอดคล้องของข้อมูลจากหลายแหล่ง (Data Sources) และรูปแบบ (Methodological Triangulation) ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อค้นพบ โดยใช้ตารางเปรียบเทียบประเด็นเชิงเนื้อหาเพื่อสรุปเป็นองค์ประกอบหลักของโมเดลแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักโดยชุมชนชาติพันธุ์ที่ส่งเสริมสุขภาวะและขีดความสามารถการแข่งขันในเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผลการวิจัย

1) การศึกษาศักยภาพและบริบทของธุรกิจที่พักโดยชุมชนชาติพันธุ์สี่เผ่าไทศรีสะเกษ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัยในภาพรวม จากการเก็บแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพและบริบทของธุรกิจที่พักโดยชุมชนชาติพันธุ์สี่เผ่าไทศรีสะเกษ พบว่า

Table 1. The Potential and Developmental Context of Ethnic Community-Based Accommodation among the Four Tai Groups in Sisaket.

Ethnicity Community-Based Accommodation	Tourist Attractiveness	Service Delivery Potential	Tourist Reception Capacity	Management Capacity	Thai Homestay Standards
Ban Wan, Mueang Sisaket District – Lao Ethnic Group Community	- Tourism Community - Wat Phra That Suphannahong - Ancient Market - Weaving - Basketry - Traditional Dessert Making	- Homestay Accommodation - Village Store - Tourist Service Center	- Homestay Accommodation - Local Learning Base - Religious and Cultural Tourism Activities	- Homestay Group - Occupational Group - Local Youth Guide Group	Certified in 2019 under official standards
Ban Phon Kho, Mueang Sisaket District – Yer Ethnic Group Community	- Tourism Community - Wat Ban Phon Kho - Saew Cloth Weaving	- Village Store	- Saew Weaving Learning Activity by the Yer Ethnic Group - Village Store		Currently not certified
Ban Duan Yai, Wang Hin District – Suay Ethnic Group Community	- Tourism Community - Phra That Si Nakhon Duan Yai - Phraya Kraipakdi Monument	- Homestay Accommodation - Village Store	- Homestay Accommodation - Community-Based Tourism Learning Base - Village Store	- Homestay Group - Occupational Group	Certified in 2019 and 2025 under official standards
Ban Phumsarol, Kantharalak District – Khmer Ethnic Group Community	- Tourism Community - Khao Phra Wihan National Park - Tham Khun Si Waterfall - Prasat Don Tuan	- Homestay Accommodation - Village Store	- Homestay Accommodation - Community-Based Tourism Learning Base	- Homestay Group	Certified in 2021 under official standards

2) การศึกษาความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดศรีสะเกษ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัยในภาพรวม จากการเก็บแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดศรีสะเกษ สรุปได้ดังนี้

Table 2. Thai Tourists' Preferences for Upgrading and Developing Community-Based Accommodation in the New Normal Era.

Guidelines for Upgrading and Developing Community-Based Accommodation Businesses in the New Normal Era	Mean	S.D.	Result
1. Physical Potential of the Accommodation			
1.1 The accommodation features guest rooms and indoor relaxation areas that are aesthetically pleasing and reflect a unique local identity. The atmosphere evokes a sense of enchantment and charm, with an unforgettable natural environment that leaves a lasting impression - making it an irreplaceable experience compared to other lodging options.	4.10	0.91	High level
1.2 The accommodation offers clean and comfortable bedding, along with indoor spaces that reflect the unique cultural identity and local character of each area. Guests have the opportunity to engage in friendly conversations with the hosts, who warmly welcome them into their homes.	4.25	0.70	Very high level
1.3 The accommodation provides clean and private bathrooms and toilets, equipped with eco-friendly and health-conscious amenities made from local natural materials - such as herbal soap, shampoo, and locally crafted containers and utensils.	4.27	0.71	Very high level
1.4 The accommodation includes relaxing areas and spaces for interactive activities with the host, designed to foster creative learning experiences. These may include traditional cooking, dessert-making, handicrafts, and other locally distinctive artisan practices.	4.38	0.74	Very high level
1.5 The accommodation strictly adheres to the SHA Plus standards, including: 1.Regular sanitation and disinfection of the premises every hour 2. Temperature checks and mandatory wearing of face masks (cloth or surgical) 3. Maintaining a minimum distance of one meter between individuals and 4. 100% COVID-19 vaccination of all household members.	4.36	0.81	Very high level
Average	4.27	0.45	Very high level
2. Facilities and Hygiene Potential			
2.1 The homestay owner pays close attention to cleanliness and has upgraded the accommodation to align with the "new normal" lifestyle. The establishment strictly follows the SHA Plus standards for health and safety, building confidence among tourists.	4.21	0.81	Very high level
2.2 The owner provides well-equipped and fully functional amenities within the homestay, including essential household items, towels, utensils, tables, and chairs. These items are thoughtfully designed with local identity in mind and appropriately reflect the community context.	4.32	0.78	Very high level
2.3 The owner has officially registered for SHA Plus certification to assure tourists that they will receive a pleasant, safe, and hygienic experience throughout their stay in this new-normal community-based lodging.	4.40	0.68	Very high level
2.4 The homestay is equipped with sanitation tools to prevent the spread of COVID-19, including thermometers, hand sanitizer gel, and clearly communicated prevention protocols for tourists.	4.20	0.82	High level

Table 2. (continued)

Guidelines for Upgrading and Developing Community-Based Accommodation Businesses in the New Normal Era	Mean	S.D.	Result
2.5 The host is prepared to provide basic first aid and collaborates with the community to organize a local security watch system to ensure the safety of tourists and their belongings.	4.19	0.77	High level
Average	4.26	0.52	Very high level
3. Service and Tourism Activity Potential			
3.1 The homestay owner recognizes the importance of providing accommodation services that meet quality standards, along with organizing creative community-based tourism activities. High attention is given to cleanliness, hygiene, and strict adherence to public health measures.	4.25	0.83	Very high level
3.2 The host offers set menus featuring local cuisine, prepared with a “hot food, personal spoon” policy. All meals are made from fresh, safe, and organic ingredients, with strict hygiene standards applied to food containers, drinking water, and all serving utensils.	4.05	0.91	High level
3.3 Homestay providers have adapted their services to incorporate smartphone-based technologies, such as online transactions and digital communications, in order to enhance service speed and quality providing tourists with an improved and modernized experience.	4.17	0.83	High level
3.4 Creative tourism activities are organized in collaboration with local residents, focusing on knowledge-sharing, joy, and memorable experiences. At the same time, strict safety measures are enforced based on social distancing principles, including mask-wearing, the use of hand sanitizers, and maintaining physical distance during activities to reduce human contact.	4.08	0.87	High level
3.5 The host keeps accurate visitor records, defines clear service pathways, and increases the frequency of cleaning and sanitation procedures. These efforts aim to build confidence and ensure that tourists feel safe while staying in a community-based accommodation under the new-normal lifestyle.	4.17	0.88	High level
Average	4.14	0.62	High level
4. Management Potential of Identity-Based and Eco-Friendly Accommodation			
4.1 As tourism service providers, homestay owners are responsible for maintaining a welcoming home and fostering an attractive, tourist-friendly community. Tourism activities must be conducted with care and environmental awareness, aiming to create positive impacts while minimizing negative effects - such as avoiding pollution, reducing plastic usage, and contributing to climate change mitigation.	4.14	0.86	High level
4.2 Accommodation management has become more flexible by introducing self-service models, allowing guests to manage their bookings and check-in processes independently, enhancing convenience and efficiency.	4.16	0.82	High level

Table 2. (continued)

Guidelines for Upgrading and Developing Community-Based Accommodation Businesses in the New Normal Era	Mean	S.D.	Result
4.3 Service formats and pricing structures have been adapted to be more flexible, including the transformation of spaces into co-working areas where guests can work, relax, and enjoy private time maximizing their rest and comfort during their stay.	4.15	0.84	High level
4.4 The accommodation is managed to preserve local identity and environmental values by adopting eco-conscious practices, such as energy-saving measures, avoiding intrusion into natural spaces, offering nature-based guest activities, and constructing rooms with natural materials. Some homestays reflect the cultural identity of the Four Tai Ethnic Groups of Sisaket through interior design.	4.20	0.77	High level
4.5 Homestay owners understand the importance of value for money from the tourist's perspective, meeting expectations for room size and home-like comfort. They focus on creating unique experiences while involving local community members in service delivery to enhance authenticity and engagement.	4.24	0.80	Very high level
Average	4.18	0.58	High level
5. Hospitality and Tourist Reception Potential			
5.1 Good hosts demonstrate genuine hospitality by warmly welcoming guests smiling, being polite, friendly, courteous, and maintaining a neat and clean personal appearance.	4.40	0.72	Very high level
5.2 Services are delivered with Thai-style hospitality, emphasizing heartfelt care and equal treatment for all visitors at all times and in all aspects of their stay.	4.33	0.76	Very high level
5.3 A good host must be passionate about service, possess a positive attitude, and enjoy working in the hospitality field. They should also have sufficient knowledge about the local area and community features to accurately respond to tourists' interests and needs.	4.28	0.78	Very high level
5.4 High-quality service should emphasize value, safety, and guest satisfaction. Tourists should gain enjoyable and memorable experiences while feeling confident in the hygiene and safety standards of the community's tourism products and services.	4.31	0.75	Very high level
5.5 Visitors come to relax and enjoy their trip; thus, sufficient outdoor activity areas and welcoming spaces should be provided. Services should also adapt to minimize physical contact for example, maintaining physical distancing while offering immersive, participatory cultural experiences that allow tourists to engage, communicate with the locals, and explore the area's unique way of life.	4.31	0.71	Very high level
Average	4.32	0.49	Very high level

จาก Table 2. พบว่า ตัวแทนผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัดศรีสะเกษ ด้านการยกระดับและพัฒนาธุรกิจที่พักโดยชุมชนวิถีใหม่ อันดับแรก คือ ด้านศักยภาพด้านการต้อนรับ และการรองรับนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.32 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ศักยภาพการด้านกายภาพของที่พัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.27 อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ ศักยภาพด้านการบริการและการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

Table 3. Thai Tourists' Accommodation Preferences for Enhancing the Competitive Capacity of New-Normal Community-Based Accommodation Businesses.

Strategic Approaches to Strengthen the Competitiveness of Community-Based Accommodation in the New Normal Era	Mean	S.D.	Result
1. Upgrade the quality standards of community-based accommodation services to deliver positive guest experiences, happiness, and confidence in hygiene and safety through tourism products and services.	4.29	0.78	Very high level
2. Improve the quality of community tourism products and services based on local resources and promote sufficient and responsible consumption.	4.26	0.73	Very high level
3. Renovate and maintain homestays in compliance with SHA standards and organize tourism activities that reflect community values while minimizing negative impacts on the community and the environment.	4.32	0.73	Very high level
4. Capitalize on distinctive cultural and local identity-based attractions, and design creative tourism activities grounded in learning processes drawn from local wisdom, traditional skills, arts, and ways of life contributing to sustainable community benefits.	4.36	0.74	Very high level
5. Apply digital technology to promote and develop eco-friendly accommodation businesses while supporting development aligned with the BCG (Bio-Circular-Green) Economic Model for harmonious coexistence with the community and environment.	4.33	0.71	Very high level
6. Increase the number of domestic tourists returning to visit communities by focusing on value for money, quality, and safety.	4.37	0.73	Very high level
7. Encourage collaboration between accommodation providers and local communities to enhance nearby attractions - such as temples and local eateries - strengthening Sisaket's unique tourism identity.	4.32	0.73	Very high level
8. Enhance creative value based on local identity, lifestyle, indigenous wisdom, culture, and history of the four Tai ethnic groups in Sisaket, transforming these elements into creative tourism activities that lead to community owned tourism destinations.	4.42	0.70	Very high level
9. Build community members' capacity through service innovation, such as redesigning accommodation services beyond expectations for future niche travelers, offering tailored experiences, and emphasizing sustainability and fair community benefit.	4.58	0.67	Very high level
10. Strengthen competitiveness by amplifying local resource advantages and improving infrastructure, while addressing weaknesses such as pricing and enhancing accommodation selling points to optimize visitor spending.	4.44	0.66	Very high level
Average	4.37	0.47	Very high level

จาก Table 3. พบว่า ตัวแทนผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดศรีสะเกษ ด้านการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันการพัฒนาธุรกิจที่พักโดยชุมชนวิถีใหม่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อันดับแรก คือ เพิ่มทักษะให้คนในชุมชน ด้วยแนวคิดการสร้างนวัตกรรมบริการที่พักใหม่ใหม่ อาทิ บริการบริการใหม่ที่เหนือความคาดหวังเพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มในอนาคต จากประสบการณ์ที่ตอบโจทย์ตรงความต้องการ ตระหนักและให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของชุมชน และชุมชนได้ประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน

มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.58 อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ศักยภาพการด้านกายภาพของที่พัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.44 อยู่ในระดับมากที่สุด และอันดับสุดท้าย คือ ยกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนสี่เผ่าไทศรีสะเกษ และอยู่บนพื้นฐานทรัพยากรในท้องถิ่น ตลอดจนการบริโภคอย่างพอเพียง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 อยู่ในระดับมากที่สุด ตามลำดับ

3) การสร้างต้นแบบธุรกิจที่พักโดยชุมชนวิถีใหม่ด้วยนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืนของชาติพันธุ์สี่เผ่าไทศรีสะเกษภายใต้กรอบ BCG

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่เป้าหมาย พบว่า การพัฒนาธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์โดยชุมชนชาติพันธุ์สี่เผ่าไทในจังหวัดศรีสะเกษ ยังขาดแนวทางที่เป็นระบบและชัดเจนในการดำเนินการภายใต้บริบทของเศรษฐกิจ BCG โดยเฉพาะในมิติของสุขภาวะและนวัตกรรมด้านบริการที่สามารถสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ตัวแทนชุมชนรายหนึ่งได้กล่าวสะท้อนว่า

“เราเคยมีนักท่องเที่ยวกลับมาพักอีกครั้ง เพราะเขาชอบอาหารพื้นบ้านของเรา แต่เรายังไม่มีแนวทางที่ชัดเจนในการพัฒนาบริการให้เป็นแบบโฮมสเตย์เพื่อสุขภาพอย่างแท้จริง”

Ban Duan Yai homestay entrepreneur (Interview, 2025)

ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างของการพัฒนาที่จำเป็นต้องได้รับการออกแบบแนวทางหรือต้นแบบธุรกิจที่พักโดยชุมชนในวิถีใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชุมชน จากการสังเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะจากภาคสนามร่วมกับแนวคิด BCG และการพัฒนาตามเป้าหมาย SDGs ผู้วิจัยได้ออกแบบต้นแบบธุรกิจที่พักโดยชุมชนในลักษณะวิถีใหม่ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ 1. มิติด้านวัฒนธรรมและประเพณีของชาติพันธุ์สี่เผ่าไทศรีสะเกษ สนับสนุนการใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างกิจกรรมและประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ 2. มิติด้านสุขภาพและสุขภาวะ ส่งเสริมบริการที่เน้นการดูแลร่างกายและจิตใจ เช่น อาหารสุขภาพ การทำสมาธิ การดูแลแบบองค์รวม 3. มิติด้านการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนและลดของเสีย 4. มิติด้านนวัตกรรมบริการบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนารูปแบบการให้บริการใหม่ที่สร้างคุณค่า เช่น การวางแผนโบราณโดยชุมชน การตกแต่งห้องพักด้วยศิลปพื้นบ้าน 5. มิติด้านมาตรฐานการบริการตามเกณฑ์โฮมสเตย์ไทยและมาตรฐาน SHA มุ่งยกระดับคุณภาพ ความปลอดภัย และความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ดังแสดงใน Figure 1.

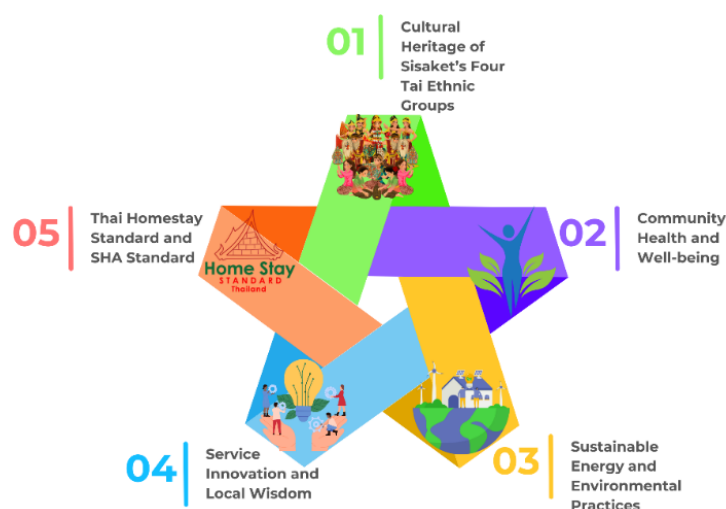


Figure 1. A Prototype Community-Based Accommodation Business for Sustainable Competitiveness in Tourism and the Creative Economy

อภิปรายผลการวิจัย

1) การศึกษาศักยภาพและบริบทของธุรกิจที่พักโดยชุมชนชาติพันธุ์สี่เผ่าไทศรีสะเกษ

การศึกษาศักยภาพและบริบทของธุรกิจที่พักโดยชุมชนชาติพันธุ์สี่เผ่าไทในจังหวัดศรีสะเกษ สะท้อนถึงรากฐานของทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) และ ทุนสังคม (Social Capital) ที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะเมื่อแต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่โดดเด่น เช่น ผ้าทอของชาวเยอ การจักสานของชาวลาว การแสดงและตำนานของชาวลัวะ และประเพณีบูชาปราสาทหินของชาวเขมร ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ได้หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ศักยภาพดังกล่าวยังเผชิญกับ ความท้าทายเชิงโครงสร้าง (Structural Challenges) ได้แก่ ความไม่พร้อมด้านดิจิทัล (Digital Readiness) ในการเข้าถึงตลาดออนไลน์และแพลตฟอร์ม OTA (Online Travel Agency) รวมถึงการแข่งขันจากที่พักเชิงพาณิชย์ (Global Competition) ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับโลก และการขาดบุคลากรที่มีทักษะในการจัดการที่พักและการบริการอย่างมืออาชีพ

การพัฒนาโมเดลที่พักชุมชนชาติพันธุ์ของศรีสะเกษจึงจำเป็นต้องดำเนินการอย่างบูรณาการตามแนวทางของ BCG Economy Model โดยเฉพาะ Bio Economy คือ การใช้วัตถุดิบจากชุมชน เช่น อาหารพื้นถิ่น สมุนไพรเพื่อสุขภาพ และผ้าอินทรีย์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชาติพันธุ์ Circular Economy คือ การออกแบบที่พักและกิจกรรมให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่น การใช้วัสดุธรรมชาติและการบริหารจัดการขยะในชุมชน และ Green Economy คือ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำ ป่า และภูเขา ตลอดจนการส่งเสริมให้ที่พักเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์จาก Table 1. ยังสะท้อนว่าทุกชุมชนมีฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ แต่ความพร้อมเชิงโครงสร้างยังแตกต่างกัน เช่น บางชุมชนยังไม่ได้ได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ ขาดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หรือขาดกลุ่มมัคคุเทศก์ท้องถิ่น การพัฒนาโมเดลธุรกิจจึงควรพิจารณาการเสริมความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainable Competitiveness) ตามแนวคิดของ Porter (1990) โดยเน้นการสร้างจุดเด่นที่ยั่งยืนจากทุนทางวัฒนธรรมผสานกับนวัตกรรมบริการ โดยทั้งมีการจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควรและเหมาะสมเพียงพอในรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้ตลอดทั้งปี ผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดัง Figure 2.



Figure 2. BCG Model

2) ความต้องการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดศรีสะเกษ

จากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับที่พักโดยชุมชนในหลากหลายมิติ ทั้งด้านกายภาพ สุขอนามัย บริการ กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความปลอดภัย ตลอดจนประสบการณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรม

ท้องถิ่น ซึ่งสามารถตีความได้ว่าที่พักโดยชุมชน ไม่ใช่เพียงแค่พื้นที่สำหรับพักผ่อน หากแต่เป็นพื้นที่ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มีส่วนร่วมและสร้างคุณค่าทางใจจากการสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น ผลการวิจัยสอดคล้องกับแนวคิด Creative Tourism (Richards & Raymond, 2000) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีวัฒนธรรม, แนวคิด Cultural Capital (Bourdieu, 1986) ที่ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมในการแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจและแนวคิด Sustainable Competitiveness (Porter & Schwab, 2008) ที่ชี้ถึงความจำเป็นในการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ไม่ทำลายรากฐานทางสังคมและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ซึ่งความท้าทายเชิงโครงสร้าง Digital Disruption และการแข่งขันในระบบเศรษฐกิจโลก แม้ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อที่พักโดยชุมชนจะอยู่ในระดับสูงมาก แต่อุตสาหกรรมที่พักในชุมชนกลับต้องเผชิญความท้าทายที่สำคัญ 2 ประการ ได้แก่ Digital Disruption การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น การจองที่พักผ่าน OTAs (Online Travel Agencies) การรีวิวผ่าน YouTube และ TikTok ทำให้ผู้ประกอบการในชุมชนต้องเร่งพัฒนาทักษะดิจิทัล และระบบการจัดการแบบมืออาชีพ เช่น ระบบชำระเงินออนไลน์ การบริหารการจอง และการตลาดออนไลน์ การแข่งขันระดับโลก (Global Competition) การที่นักท่องเที่ยวสามารถเปรียบเทียบราคา คุณภาพและประสบการณ์ของที่พักทั่วประเทศ หรือแม้แต่ในประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้ชุมชนต้องชูจุดเด่นด้านอัตลักษณ์ และประสบการณ์เฉพาะที่ไม่มีใครลอกเลียนแบบได้ เช่น กิจกรรมเชิงวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ส่วยเผ่าไท การทำอาหารพื้นถิ่นร่วมกับเจ้าบ้าน การนวดสมุนไพรพื้นบ้าน หรือแม้แต่พิธีกรรมเสริมสิริมงคลของชุมชนสายมู ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าความต้องการของนักท่องเที่ยวสอดคล้องกับการขับเคลื่อนตามกรอบ BCG Model ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ใน 3 มิติ ดังนี้ (1) Bio Economy การใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีในท้องถิ่น เช่น สมุนไพรในการผลิตสบู่ แชมพู เครื่องหอมในห้องพัก หรือวัตถุดิบอินทรีย์ในอาหารท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในระดับสูงมาก (2) Circular Economy แนวคิดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า เช่น การตกแต่งที่พักด้วยวัสดุธรรมชาติ การนำวัสดุใช้แล้วกลับมาใช้ใหม่ การลดขยะพลาสติก ซึ่งสะท้อนในข้อเสนอการพัฒนาที่พักให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (3) Green Economy การจัดการที่พักอย่างมีจิตสำนึกต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการปล่อยคาร์บอน การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การจัดกิจกรรมที่ไม่รุกรานธรรมชาติ เช่น เดินป่าอย่างรับผิดชอบ ซึ่งได้รับความสนใจสูงจากกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ในที่สุดบทสังเคราะห์จากข้อมูลใน Table 2 และ 3 ชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคาดหวังต่อธุรกิจที่พักโดยชุมชนในรูปแบบวิถีใหม่ ซึ่งต้องบูรณาการองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ การต้อนรับอย่างอบอุ่น ความปลอดภัย สุขอนามัย กิจกรรมสร้างสรรค์ และการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน พร้อมทั้งคาดหวังให้ชุมชนสามารถพัฒนาแนวทางการจัดการที่พักให้ตอบสนองต่อกระแสโลกในยุค Next-Normal ความท้าทายจึงมิใช่แค่การปรับปรุงสิ่งปลูกสร้างหรือจัดหาเครื่องนอนให้สะอาด แต่คือการปรับเปลี่ยนวิธีคิด และพัฒนาองค์ความรู้ของชุมชนให้สามารถสร้างสรรค์บริการที่สร้างประสบการณ์ มีความหมายและยั่งยืน ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างจุดขายใหม่ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดศรีสะเกษอย่างแท้จริง

3) ต้นแบบธุรกิจที่พักโดยชุมชนวิถีใหม่ด้วยนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของชาติพันธุ์ส่วยเผ่าไทศรีสะเกษ ภายใต้กรอบ BCG

ผลการดำเนินงานพัฒนาต้นแบบธุรกิจที่พักโดยชุมชนชาติพันธุ์ส่วยเผ่าไทในจังหวัดศรีสะเกษ สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาโฮมสเตย์ในยุคใหม่จำเป็นต้องเชื่อมโยงกับบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในเชิงเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม โดยเฉพาะความท้าทายจาก Digital Disruption และ Global Competition ที่ส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวต้องปรับตัวสู่ความสร้างสรรค์ ยั่งยืน และแตกต่างอย่างมีอัตลักษณ์ (Richards & Raymond, 2000; Hausler & Strasdas,

2002) ต้นแบบโฮมสเตย์ที่พัฒนาขึ้นในครั้งนี้นี้ จึงไม่ได้เป็นเพียงที่พักแต่คือกลไกสร้างสรรค์ที่บูรณาการทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) เข้ากับแนวคิด Creative Tourism และ Sustainable Competitiveness ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม ร่วมสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ และเกิดความเข้าใจในวิถีชาติพันธุ์อย่างลึกซึ้ง (UNESCO, 2006; Waitt & Gibson, 2009) ซึ่งการบูรณาการ BCG Model กับทุนวัฒนธรรมชาติพันธุ์ได้รูปแบบธุรกิจที่พักโดยชุมชนนี้ สะท้อนการบูรณาการกรอบ BCG อย่างเป็นระบบ คือ Bio Economy ใช้ทรัพยากรชีวภาพในพื้นที่ เช่น สมุนไพรท้องถิ่น พืชอินทรีย์ วัตถุดิบอาหารพื้นถิ่น มาเพิ่มมูลค่าผ่านบริการที่พัก อาหาร และกิจกรรมดูแลสุขภาพ Circular Economy เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เช่น การนำวัสดุเหลือใช้มารีไซเคิลเป็นของใช้ในโฮมสเตย์ การออกแบบกิจกรรมที่ลดขยะและพลาสติก และ Green Economy ใช้พลังงานสะอาด การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ลดผลกระทบทางลบต่อระบบนิเวศ ทั้งสามมิติดังกล่าว เชื่อมโยงเข้ากับทุนวัฒนธรรมของชาติพันธุ์อย่างลึกซึ้ง ผ่านกิจกรรมที่เน้นวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม อาหารพื้นถิ่น พิธีกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างความยั่งยืนทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม แม้ว่ารูปแบบนี้จะสามารถส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากและสุขภาวะของนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม แต่ยังคงมีประเด็นเชิงโครงสร้างที่ต้องเผชิญ เช่น ความไม่เท่าเทียมด้านดิจิทัล (Digital Inequality) การเข้าถึงตลาดสากล ความจำกัดของงบประมาณในการพัฒนามาตรฐานโฮมสเตย์ และการขาดกลไกเชื่อมโยงเชิงนโยบายระดับชาติ ดังนั้น เพื่อให้ต้นแบบธุรกิจนี้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล ต้องมีการพัฒนา Digital Competence ของชุมชน การใช้เครื่องมือออนไลน์ (เช่น OTA, Booking Platforms, Virtual Tours) การพัฒนา Smart Homestay และการบริหารจัดการความรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Knowledge Management) (Gretzel et al., 2015) จากข้อมูลและการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ถึง 3 สามารถสังเคราะห์เพิ่มเติมเป็นแผนภาพปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญ 10 ประการ เพื่อให้เห็นความลึกซึ้งของการดำเนินการพัฒนาที่พักโดยชุมชน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบเชิงระบบที่สะท้อนให้เห็นถึงความยั่งยืนทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสุขภาวะ ร่วมกันดัง Figure 3.



Figure 3. Ten Critical Success Factors for Creating a Prototype Community Homestay Business
Representing the Four Tai Ethnic Groups in Sisaket
Source: Researcher(s)

ดังนั้น เพื่อนำไปสู่การสร้างต้นแบบธุรกิจที่พักโดยชุมชน (โฮมสเตย์) มีคุณลักษณะสำคัญ 10 ด้าน ที่ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่พักในรูปแบบต่าง ๆ ยกระดับและพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ให้มีคุณภาพ สร้างความน่าเชื่อถือ พัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีความสะดวก สะอาด

ปลอดภัย และเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยว และได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว ผลการพัฒนาต้นแบบธุรกิจที่พิกโดยชุมชนในครั้งนี้ ไม่เพียงแต่ยกระดับมาตรฐานการบริการและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังส่งผลเชิงบวกต่อสุขภาพของทั้งนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่เติมเต็มด้านจิตใจและการพักผ่อนอย่างแท้จริง ส่วนชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเอง มีรายได้เสริมและความสัมพันธ์ในครัวเรือนดีขึ้นจากการทำงานร่วมกัน นอกจากนี้ ยังช่วยส่งเสริมสุขภาพทางสิ่งแวดล้อมผ่านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบธุรกิจที่พิกโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ส่วยในจังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ ลาว เขมร ส่วย(กูย) และเยอ มีเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และรูปแบบเรือนพักอาศัยที่มีความเฉพาะตัว ส่งเสริมสุขภาพองค์รวมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งระบบ สามารถนำมาพัฒนาเป็นธุรกิจโฮมสเตย์เชิงวัฒนธรรมร่วมสมัยได้อย่างเหมาะสม โดยการนำแนวคิดเศรษฐกิจ BCG และนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์มาใช้ในการยกระดับคุณภาพบริการ การบริหารจัดการ และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจฐานรากและส่งเสริมสุขภาพที่ยั่งยืนของชุมชน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ภาครัฐควรนำผลการวิจัยไปใช้กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานที่พักโดยชุมชน (โฮมสเตย์) ให้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่มองหาประสบการณ์ทางวัฒนธรรม ด้วยการสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพมาตรฐานสุขอนามัย ความปลอดภัย และความยั่งยืน รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของวัฒนธรรมอย่างแท้จริง
2. ภาคเอกชนควรนำข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและข้อมูลการเดินทางมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการความเสี่ยง การตลาดดิจิทัล และการสร้างโอกาสใหม่ในธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. ชุมชนควรเร่งเสริมความรู้ ทักษะ และการบริหารจัดการให้กับผู้นำและคนในชุมชน โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร และการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ควบคู่กับการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก สุขอนามัย และความปลอดภัย เพื่อสร้างความพร้อมและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (เช่น นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพ หรือ Gen Z) ที่เข้าพิกในโฮมสเตย์ชาติพันธุ์ เพื่อพัฒนารูปแบบบริการให้เหมาะสมยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการประเมินผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่พิกโดยชุมชนในระยะยาว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณ หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) ที่ให้ทุนในการดำเนินการวิจัยและพัฒนาชุมชน และขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตรวจทานข้อค้นพบอย่างละเอียดรอบคอบ ในด้านข้อมูลภาคสนาม ผู้วิจัยสำนึกในพระคุณของ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดศรีสะเกษ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดมหาสารคาม สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดศรีสะเกษ สำนักงานเกษตรจังหวัดศรีสะเกษ หอการค้าจังหวัดศรีสะเกษ และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ ที่ช่วยสนับสนุนความคิดเห็นด้านการท่องเที่ยว และร่วมให้ข้อคิดเห็นเชิงนโยบายอย่างสร้างสรรค์ ขอขอบคุณชุมชนการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ส่วยไทศรีสะเกษทุกท่านที่สละเวลาเข้าร่วมการสัมภาษณ์ กลุ่มสนทนาเชิงลึกอย่างตั้งใจจริง ประสบการณ์ตรงของท่านคือหัวใจสำคัญที่ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์และสะท้อนความเป็น

จริงที่สำคัญ เกิดการแลกเปลี่ยนมุมมองทางวิชาการ และร่วมมือปราชญ์วิจัยในหลายเวทีวิชาการ จนเกิดข้อเสนอเชิงนโยบาย และแนวทางประยุกต์ใช้ที่เป็นรูปธรรม ทุกความช่วยเหลือ ความหวังดี และแรงสนับสนุน ล้วนเป็นรากฐานให้ผลการวิจัยฉบับนี้เกิดขึ้นและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้จริง หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุงในโอกาสต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), Handbook of theory and research for the sociology of education (pp. 241–258). Westport, CT: Greenwood Press.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. Sociology, 13(2), 179–201.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. Electronic Markets, 25(3), 179–188.
- Hausler, N., & Strasdas, W. (2002). Training manual on community-based tourism. Zschortau: InWEnt.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607–610.
- Ministry of Tourism and Sports. (2022). Ministry of Tourism and Sports annual action plan 2022 [In Thai]. Bangkok: Strategy and Planning Division, Office of the Permanent Secretary.
- NESDC. (2022). National development strategy based on the BCG economy model. Bangkok: Office of the National Economic and Social Development Council.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. New York: Free Press.
- Porter, M. E., & Schwab, K. (2008). The Global Competitiveness Report 2008–2009. Geneva: World Economic Forum.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. ATLAS News, 23, 16–20.
- Smith, M., & Diekmann, A. (2017). Health and wellness tourism. London: Routledge.
- UNESCO. (2006). Tourism, culture and sustainable development. Paris: UNESCO.
- UNWTO. (2022): Highlights the importance of Smart Tourism and Digital Inclusion for new-generation homestays [Online]. Retrieved August 14, 2023, from: <https://www.untourism.int/unwto-2022-a-year-review>
- Waite, G., & Gibson, C. (2009). Creative small cities: Rethinking the creative economy in place. Urban Studies, 46(5-6), 1223–1246.