

การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
กรณีศึกษา หมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

นพรัตน์	ปานอุทัย
ศรวิไล	สุขศรีการ
ศุภานุช	ดวงรัตน์สิริกุล
อ้อยใจ	จีบพิก

นางสาว
ปัทมา (1) + 1

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

พฤษภาคม 2547

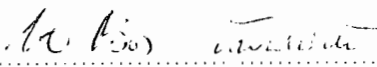
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัด
กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองเรื่อง "การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบ
ยั่งยืน กรณีศึกษา หมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม" แล้วเห็นสมควร
รับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา)

อาจารย์ที่ปรึกษา


.....

(ร้อยเอก ขจิต หิพนานนท์)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร

จังหวัดกรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2547

This Independent Study Entitles "Sustainable Management of Tourism Business" Case Study Paipongpang Village Ampawa District Samut Songkhram. Submitted in partial fulfillment of the Requirements for the master of business administration degree is hereby approved

.....
(Chackrit Duangphastar Ph.D.,)

Adviser


.....
(Capt. Kajit Habanaranda)

Director, Bangkok Academic Center

Naresuan University

May 2004

คำนำ

สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เมื่อเทียบกับนานาชาตินับว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก แต่ตลอดระยะเวลา การท่องเที่ยวของประเทศดำเนินไปโดยค่อนข้างขาดความเอาใจใส่ ดูแลเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในท้องถิ่น รวมถึงผู้มาเยือน/นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรง กับแหล่งท่องเที่ยว ผลกระทบที่เกิดขึ้น คือ การเสื่อมโทรม และลดปริมาณลงของ ทรัพยากรธรรมชาติ, ปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่มชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนปัญหามลพิษต่าง ๆ รวมทั้งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมในชุมชน

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ จึงได้จัดทำขึ้นเพื่อต้องการศึกษาความเป็นไปได้ ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่หมู่บ้านปลายโพงพาง เนื่องจาก ปัจจุบันที่องค์การบริหารส่วน ตำบลปลายโพงพางนี้ ได้เปิดโอกาสให้สมาชิกของชุมชนทุกฝ่าย ได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คณะผู้จัดทำจึงได้ศึกษาทั้งในด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวทางไปสู่การพัฒนาให้ธุรกิจท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบ เที่ยมสเดยนี้ยั่งยืนได้

หากคุณประโยชน์ใด ๆ ที่จะเกิดขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ คณะผู้จัดทำขอ อธิศให้กับทุกท่านที่ได้อนุเคราะห์ข้อมูล และมีส่วนส่งเสริมสนับสนุน สำหรับข้อบกพร่องและ ข้อผิดพลาดทั้งหลาย หากมีคณะผู้จัดทำขออ้อมรับ

นพรัตน์	ปานอุทัย
ศรีวิไล	สุขศรีการ
ศุภานุช	ดวงรัตน์สิริกุล
อ้อยใจ	จีบพิก

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก ท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพิศตรา อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำปรึกษา แนะนำ ข้อเสนอแนะ ตรวจสอบแก้ไข และให้กำลังใจแก่ คณะผู้จัดทำตลอดมา

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้จะสำเร็จลุล่วงมิได้ ถ้าไม่ได้รับความร่วมมือจาก คุณประมินทร์ แสนประสิทธิ์ กำนันธวัช บุญพิศ ชาวบ้าน และผู้ประกอบการของหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ หมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม รวมทั้งนักท่องเที่ยวทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนการเก็บข้อมูลครั้งนี้

คณะผู้จัดทำใคร่ขอระลึกถึงพระคุณบิดา มารดา และครูบาอาจารย์ ที่ทำให้มีโอกาสได้ศึกษาเล่าเรียน และขอขอบคุณ ผู้ที่ได้มีส่วนช่วยเหลือในการจัดทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง

นพรัตน์	ปานอุทัย
ศรีวิไล	สุขศรีการ
ศุภานุช	ดวงรัตนสิริกุล
อ้อยใจ	จีบพิก

ชื่อเรื่อง	: การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กรณีศึกษา หมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น
ผู้เขียน	: นพรัตน์ ปานอุทัย, ศิริวิไล สุขศรีการ, ศุภนุช ดวงรัตนสิริกุล, อ้อยใจ จีบพัก
ที่ปรึกษา	: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพัศตรา
ประเภทสารนิพนธ์	: การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2547

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ ทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ของหมู่บ้านปลายโพงพาง ในเขตพื้นที่อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น การศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ ศึกษาพร้อมกับการค้นคว้าข้อมูลจากหนังสือ วารสารและหน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ ของก้านันธรวิช บุญพัฒน์มีจำนวน 17 คน ชาวบ้านในหมู่บ้านปลายโพงพาง จำนวน 82 คน นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในช่วงเดือนธันวาคม 2546 ถึงมีนาคม 2547 จำนวน 118 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 217 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การออกแบบสอบถามซึ่งแบ่งเป็นสามส่วนคือ ส่วนที่เป็นข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนที่ใช้สำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนความคิดเห็นทั่วไป และการสัมภาษณ์

ผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านปลายโพงพางแห่งนี้ยังไม่ถือว่าเป็น ธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เนื่องจากมีลักษณะแห่งความไม่ยั่งยืนแอบแฝงอยู่หลายประการ ได้แก่ การกระจายผลตอบแทนให้กับเจ้าของบ้านทรงไทยอย่างไม่เป็นธรรม, การเบียดบังผลประโยชน์ทางทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมของคนรุ่นต่อไปในอนาคต, การนำมาซึ่งวัฒนธรรมของผู้มาเยือน/นักท่องเที่ยว เป็นต้น ที่ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไม่ได้รับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านปลายโพงพางนี้ ให้เป็นธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้นั้น ต้องได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ คนในชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือน ในการร่วมมือกันทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การรักษาและฟื้นฟูสภาพ

ทรัพยากรธรรมชาติ การดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดีของชุมชนบ้านทรงไทย การรักษาความสะอาด ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้มาเยือน

ข้อเสนอแนะจากการศึกษาและวิจัยครั้งนี้ พบว่า ตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง จากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ จึงควรพัฒนา ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนทำการประชาสัมพันธ์โครงการฯ นี้อย่างต่อเนื่อง โดยการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ความสำคัญของการศึกษา	3
ขอบเขตของการศึกษา	3
คำนิยามคำศัพท์เฉพาะ.....	4
สมมติฐานของการศึกษา.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดและหลักการในการท่องเที่ยว.....	6
แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ.....	7
นโยบายหลักการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	8
นโยบายด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม.....	9
นโยบายด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและบริการการท่องเที่ยว.....	9
นโยบายด้านการให้การศึกษาศึกษาและสร้างจิตสำนึก.....	10
นโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น.....	11
นโยบายด้านการส่งเสริมตลาดและการนำเที่ยว.....	12
นโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุน.....	13
นโยบายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549).....	13
นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2540-2546.....	14
กระบวนการของการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน.....	14
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว.....	16
แนวคิดและหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.....	17
การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	17
แนวทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสำหรับนักท่องเที่ยว.....	18
แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2547.....	18

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
กรอบแนวความคิด	25
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	26
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	26
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	26
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
การวิเคราะห์ข้อมูล	27
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	28
ข้อมูลจากการศึกษาและสำรวจ	28
ผลการวิเคราะห์และวิจัย	60
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	68
สรุปผลการศึกษา.....	68
อภิปรายผล	69
ข้อเสนอแนะ.....	74
บรรณานุกรม.....	82
ภาคผนวก ก	ก-1
ภาคผนวก ข	ข-1
ภาคผนวก ค	ค-1
ภาคผนวก ง.....	ง-1
ภาคผนวก จ	จ-1

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 : เพศ.....	28
ตารางที่ 2 : อายุ.....	29
ตารางที่ 3 : ระดับการศึกษา.....	30
ตารางที่ 4 : สัญชาติ.....	31
ตารางที่ 5 : สถานภาพสมรส.....	31
ตารางที่ 6 : รายได้.....	32
ตารางที่ 7 : อาชีพ.....	33
ตารางที่ 8 : กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในภาคใด.....	34
ตารางที่ 9 : นิยมท่องเที่ยวที่ใด.....	35
ตารางที่ 10 : จำนวนการท่องเที่ยว/ปี.....	35
ตารางที่ 11 : เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร.....	36
ตารางที่ 12 : จำนวนคนร่วมเดินทาง.....	36
ตารางที่ 13 : ปัจจัยในการท่องเที่ยว.....	37
ตารางที่ 14 : นิยมการท่องเที่ยวแบบใด.....	37
ตารางที่ 15 : เคยมาท่องเที่ยวหรือไม่.....	38
ตารางที่ 16 : นักท่องเที่ยวรู้จักหมู่บ้านปลายทางจากแหล่งใด.....	38
ตารางที่ 17 : จำนวนครั้งที่มาเที่ยว.....	39
ตารางที่ 18 : จำนวนวันที่เข้าพัก.....	39
ตารางที่ 19 : สถานที่ที่เคยเข้าพัก.....	40
ตารางที่ 20 : ความรู้สึกด้านการจอง คำแนะนำ การติดต่อ.....	40
ตารางที่ 21 : ความรู้สึกด้านการบริการ/ความเป็นมิตร.....	41
ตารางที่ 22 : ความรู้สึกด้านความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยว.....	42
ตารางที่ 23 : ความรู้สึกด้านราคาค่าบริการ.....	43
ตารางที่ 24 : ความรู้สึกด้านการรักษาสภาพแวดล้อม.....	44
ตารางที่ 25 : ความรู้สึกด้านคุณภาพและรสชาติของอาหาร.....	45
ตารางที่ 26 : ความรู้สึกด้านพาหนะ.....	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 27 : ความรู้สึกด้านบริการของมัคคุเทศก์	47
ตารางที่ 28 : ความรู้สึกด้านความสามารถของมัคคุเทศก์	48
ตารางที่ 29 : ความรู้สึกด้านการบริหารเวลา	49
ตารางที่ 30 : ความรู้สึกด้านความปลอดภัย	50
ตารางที่ 31 : ความรู้สึกด้านการทำงานร่วมกันของชุมชน	51
ตารางที่ 32 : ต้องการกลับมาเที่ยวอีก	51
ตารางที่ 33 : เหตุผลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว/กลับมาเที่ยว	52
ตารางที่ 34 : ต้องการมีการท่องเที่ยวหรือไม่	54
ตารางที่ 35 : ต้องการมีส่วนร่วมหรือไม่	54
ตารางที่ 36 : ต้องการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมตามลำดับ	55
ตารางที่ 37 : ต้องการให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ	56
ตารางที่ 38 : ผลกระทบต่อชุมชน ตามลำดับ	57
ตารางที่ 39 : การจัดอบรม	58
ตารางที่ 40 : ต้องการรัฐบาลสนับสนุน	58
ตารางที่ 41 : การสรุปผลเปรียบเทียบระหว่าง รายได้ต่อเดือนกับบุคคลที่ร่วมเดินทาง	60
ตารางที่ 42 : แสดงค่าเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนและประเภทบุคคล ที่ร่วมเดินทาง	61
ตารางที่ 43 : การสรุปผลเปรียบเทียบระหว่าง รายได้ต่อเดือนกับวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไป	62
ตารางที่ 44 : แสดงค่าเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนและวัฒนธรรม ความเชื่อเปลี่ยนไป	63
ตารางที่ 45 : การสรุปผลเปรียบเทียบระหว่าง รายได้ต่อเดือนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เสียหาย	64
ตารางที่ 46 : แสดงค่าเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนและสภาพแวดล้อม ทางธรรมชาติเสียหาย	65
ตารางที่ 47 : การสรุปผลเปรียบเทียบระหว่าง สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายกับ วัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไป	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

ตารางที่ 48 แสดงค่าเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ เสียหายมีผลต่อวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไป.....	67
---	----

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพ	หน้า
รูปภาพ 1 : แผนที่จังหวัดสมุทรสงคราม	1
รูปภาพ 2 : แสดงด้านหน้าของศูนย์บริการโครงการฯ	2
รูปภาพ 3 : แสดงการเข้าร่วมรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยว	2
รูปภาพ 4 : แสดงพื้นที่สำหรับรถโดยสารเพื่อไปตามจุดท่องเที่ยวและบ้านพัก	3
รูปภาพ 5 : แสดงเรือที่ใช้ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3
รูปภาพ 6 : แสดงรูปปั้นห้อยที่หน้าบ้านทรงไทยของกำนันธวัช บุญพืด	4
รูปภาพ 7 : แสดงสถานที่ให้ความรู้เรื่องการทำน้ำตาลมะพร้าว	4
รูปภาพ 8 : แสดงการทำน้ำตาลมะพร้าว	5
รูปภาพ 9 : แสดงเครื่องปั้นน้ำตาลมะพร้าว	5
รูปภาพ 10 : แสดงพื้นที่ที่เคยเป็นที่ทำน้ำตาลมะพร้าว	6
รูปภาพ 11 : แสดงบริเวณลำคลองที่ชาวบ้านใช้คมนาคม	7
รูปภาพ 12 : แสดงลำคลองที่ไม่ได้รับการฟื้นฟู และพัฒนา	7
รูปภาพ 13 : แสดงสภาพน้ำที่เริ่มเน่าเสีย และตลิ่งพัง	8
รูปภาพ 14 : แสดงด้านหน้าของบ้านทรงไทย	8
รูปภาพ 15 : แสดงบ้านทรงไทยที่มีอายุ 120 ปี	9
รูปภาพ 16 : แสดงบ้านทรงไทยแบบประยุกต์	9
รูปภาพ 17 : แสดงบรรยากาศสองฝั่งคลองขณะเดินทางชมสถานที่ท่องเที่ยว	10
รูปภาพ 18 : แสดงถึงวิถีชีวิตของชาวสวนที่หน้าบ้านมีทำน้ำ	10
รูปภาพ 19 : แสดงพระพายเรือบิณฑบาตในยามเช้า	11
รูปภาพ 20 : แสดงของใส่บาตในยามเช้า ได้แก่ ข้าวสวย กับข้าว ของหวาน และผลไม้	11
รูปภาพ 21 : แสดงการใส่บาตของนักท่องเที่ยวในตอนเช้า	12
รูปภาพ 22 : แสดงภาพเจ้าของบ้านทรงไทยและนักท่องเที่ยวที่เข้าไปพัก	12
รูปภาพ 23 : แสดงวิถีชีวิตในการซื้อขายอาหารทางเรือ	13
รูปภาพ 24 : แสดงบ้านเรือนที่อาศัยอยู่สองฝั่งแม่น้ำแม่กลอง	13
รูปภาพ 25 : แสดงแม่ค้ากำลังขนผลไม้ไปขายที่ตลาดนัดท่าคา	14
รูปภาพ 26 : แสดงสภาพต้นจากที่ไม่ได้รับการดูแล	14

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

รูปภาพ	หน้า
รูปภาพ 27 : แสดงตลาดน้ำท่าคา	15
รูปภาพ 28 : แสดงภาพภายในวัดบางกุ้ง	15
รูปภาพ 29 : แสดงภาพพระเจ้าตากสิน ณ วัดบางกุ้ง.....	16
รูปภาพ 30 : แสดงภาพหลวงพ่อนิรมณี ณ วัดบางกุ้ง.....	16
รูปภาพ 31 : แสดงบ้านทรงไทยที่อุทยาน ร.2	17

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จัดเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศ และมีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันส่งผลกระทบต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศได้ขยายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่เดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อทางด้านลบต่อทรัพยากรภายในประเทศ และสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงบริเวณใกล้เคียง เนื่องมาจากการพัฒนาาระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับการท่องเที่ยว อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรในประเทศเป็นวัตถุดิบ หรือเป็นจุดขายที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการพัฒนาการท่องเที่ยว มักจะประสบปัญหาขัดแย้งกับความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและการพัฒนาทางสังคม จึงได้มีการตื่นตัวให้ตระหนักถึงความสำคัญในการรักษาสสมดุลระหว่างการพัฒนากับการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจัดได้ว่า เป็นสินค้ากึ่งสาธารณะ (Limited Nontrivial Goods) จึงได้เกิดความคิดที่จะแสวงหาแนวทางใหม่ของการท่องเที่ยว ที่จะก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบน้อยที่สุดแก่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนในท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมประเพณี อีกทั้งยังเป็นหนทางที่ช่วยสนับสนุนการสร้างรายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวกลับคืนสู่ชุมชนในท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อให้เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) คือการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น โดยมีการอนุรักษ์และรักษาให้ชนรุ่นหลัง ซึ่งรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามตามธรรมชาติ ในขณะเดียวกันด้านกิจกรรมและกระบวนการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการเรียนรู้ โดยศึกษาสภาพแวดล้อมเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในท้องถิ่น เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อ

ท้องถิ่น รวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อนำกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นจังหวัดทางตอนล่างของภาคกลาง ตั้งอยู่บริเวณชายฝั่งทะเลของอ่าวไทย มีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสมุทรสงคราม เช่น ศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน ค่ายบางกุ้ง การทำน้ำตาลมะพร้าว การดำรงชีวิตของชุมชนริมน้ำ ชุมชนชาวประมงน้ำจืด อย่างกลุ่มเลี้ยงปลาทักทิมในกระชัง และแหล่งอาหารทะเลที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย เป็นต้น

ปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวที่สนใจทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้ นับวันจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไรก็ตามการพัฒนาหรือการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ยังเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่สำหรับผู้เกี่ยวข้องในจังหวัดสมุทรสงคราม ทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ingsอนุรักษ์ ประชาชนในท้องถิ่นและโดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของบ้านทรงไทยที่เข้าร่วมโครงการที่มีจำนวน 17 หลังคาเรือน

ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เข้าพักโดยเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 250 คน และบ้านทรงไทยแต่ละหลังมีอายุไม่น้อยกว่า 80 - 200 ปี ดังนั้นหากจะมีการพัฒนาหรือจัดการ จำเป็นต้องศึกษาถึงศักยภาพของชุมชน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนา การกำหนดนโยบายการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการสำหรับหมู่บ้านอื่น ๆ และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามต่อไป

หมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้ถูกคัดเลือกเป็นพื้นที่ศึกษาสำหรับการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Management of Tourism Business) เนื่องจากมีปัจจัยที่น่าสนใจในการตัดสินใจเลือกเป็นพื้นที่ศึกษา เช่น ความมีเอกลักษณ์ของบ้านทรงไทย และที่ตั้งของหมู่บ้านใกล้กับเส้นทางคมนาคมสายหลักทั้งทางบกและทางน้ำ รวมทั้งสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง อาทิเช่น ศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ดอนหอยหลอด และปัจจัยที่เป็นปัญหาต่าง ๆ เช่น ความรู้ทางด้านการจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจากหน่วยงานของรัฐไม่มีการฝึกอบรมให้แก่ผู้นำชุมชนทางด้านการจัดการที่ถูกต้อง การจัดการทางการตลาด การจัดระบบนำเที่ยวและการทำประชาสัมพันธ์ รวมถึงการอบรมให้ความรู้แก่มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ยังไม่มีอย่างเป็นทางการ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจวิจัยกรณีศึกษาของหมู่บ้านปลายโพงพางแห่งนี้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ในหมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ในหมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
3. เพื่อสรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ในบริการของธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ในหมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

ความสำคัญของการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัย และปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ ในหมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ อุปสงค์และอุปทานของตลาด ความคิดเห็น ความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว
2. เพื่อนำข้อมูลที่ศึกษามาได้มาทำการวิเคราะห์ เพื่อเสนอแนะ พัฒนาระบบการดำเนินงานของธุรกิจนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนกระบวนการและหาทางป้องกันแก้ไขปัญหาที่จะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับภาครัฐและเอกชน สามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามให้ดีขึ้น
4. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่ศึกษาวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขอบเขตของการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ จะศึกษาถึงการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้

1. ธุรกิจท่องเที่ยว คือ ธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ ในอำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษาเฉพาะหมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
3. ศึกษาข้อมูลการบริหารการจัดการของธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านปลายโพงพาง ได้แก่ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินการ กระบวนการในการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น

4. ขอบเขตการวิจัยโดยใช้รายละเอียดการดำเนินการจากแผนการท่องเที่ยวปี 2546 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 9 ใช้ประกอบการวิจัย

คำนิยามคำศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวโดยผู้ท่องเที่ยวไม่มุ่งหวังที่จะได้รับผลตอบแทน แต่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนอารมณ์ เพื่อทำนุบำรุงสุขภาพ และเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งมีถิ่นที่อยู่อาศัยโดยปกติของบุคคลนั้น และใช้เวลาพำนักอยู่ที่มาเยือนเป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง โดยการเดินทางมีวัตถุประสงค์ หุุดพักผ่อน การหาความบันเทิง การศึกษา การเยี่ยมญาติ เป็นต้น

ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลหนึ่งบุคคลใดที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งบุคคลผู้นั้นจะต้องไม่มีที่พำนักถาวรในประเทศที่เข้ามาเยือนและเดินทางมาด้วยเหตุผลหนึ่งเหตุผลใด นอกเหนือการเข้ามาเยือน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้สภาพธรรมชาติ รวมทั้งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และเกิดประโยชน์ต่อประชาชนท้องถิ่น

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเป็นกิจกรรมที่ถูกจัดไว้ในสาขาการผลิต และการบริการ

การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของสังคมปัจจุบัน โดยไม่บั่นทอนศักยภาพในการพัฒนาของคนยุคหน้า ในการแสวงหาการตอบสนองความต้องการของคน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม ป้องกันและกำจัดมลพิษ และพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

โฮมสเตย์ (Home Stay) หมายถึง ที่พักระยะสั้นสำหรับนักท่องเที่ยว

สมมติฐานของการศึกษา

1. รายได้ต่อเดือนมีผลต่อประเภทบุคคลที่ร่วมเดินทางที่เท่ากัน
2. รายได้ต่อเดือนมีผลต่อวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไปที่เท่ากัน
3. รายได้ต่อเดือนมีผลต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายที่เท่ากัน
4. วัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไปมีผลต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายที่เท่ากัน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและหลักการในการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมาย ที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านั้นต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของ สังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบ ความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและ ประสบความสำเร็จ (ภราเดช พยัคฆวิเชียร, 2539:10)

การพิจารณาการจัดการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นต้องพิจารณาระบบย่อยและองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละ องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อม ของระบบการท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2543:155) ได้กำหนดระบบการท่องเที่ยวที่สำคัญจำแนกได้ 3 ระบบ ดังนี้คือ

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) อันประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวตลอดจน ทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะหมายถึงสภาพทางกายภาพของ ทรัพยากรซึ่งอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของชุมชน และท้องถิ่น

2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ใน พื้นที่หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ

3. การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นส่วนของความต้องการในการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้อง กับผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ ซึ่งหมายรวมถึงกิจกรรม รูปแบบหรือ กระบวนการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในพื้นที่

กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวในแต่ละระบบย่อย มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องต่อสิ่งแวดล้อมนอก ระบบ เช่น ลักษณะทางกายภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศ ชุมชน กิจกรรมทางสังคม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ในพื้นที่ ระบบนิเวศ ป่าไม้ แหล่งน้ำ และอากาศ ตลอดจนการ

บริหารและจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมนอกระบบเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวได้ทั้งโดยทางตรงและโดยทางอ้อม

แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ และฟื้นฟูสมบัติทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนจนถึงการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งในปัจจุบันการท่องเที่ยวรูปแบบนี้กำลังได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2542) ดังนั้นในการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกเหนือจากเรื่องของเศรษฐกิจแล้ว ยังต้องคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และสิ่งแวดล้อมด้วย (Smith, 1996)

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540) อ้างถึงการประชุม Earth Summit ที่ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน 2535 ได้ก่อให้เกิดกระแสที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ด้าน คือ

1. กระแสความต้องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีขอบข่ายกว้างขวางไปทั่วโลก ทั้งในแง่การอนุรักษ์ในระดับท้องถิ่นจนถึงการอนุรักษ์ ป้องกันและแก้ไขวิกฤติการณ์ของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์ระบบนิเวศ

2. กระแสความต้องการของตลาดท่องเที่ยวในด้านการศึกษาเรียนรู้ หรือมีประสบการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เป็นความต้องการที่มีมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวและในทุกส่วนของสังคม เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องมีความรู้และตระหนักถึงในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

3. กระแสความต้องการพัฒนาคน โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มาจากรากหญ้า (grass-root) อันจะเป็นหลักประกันที่จะให้การพัฒนามีทิศทางที่ถูกต้อง มีการกระจายรายได้ที่เหมาะสมเป็นไปตามความต้องการของผู้ที่อยู่ในท้องถิ่น

นโยบายหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว ปี 2546 เป็นดังนี้

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จะต้องมีการควบคุมดูแลรักษา และจัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกกระทบ และพื้นด้วยาก
2. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ การจัดการกิจกรรมที่เหมาะสม และการปรับความสมดุลกับรูปแบบและกิจกรรมที่มีอยู่ พึงหลีกเลี่ยงความขัดแย้งอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ หากเน้นในการแปรประโยชน์จากการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สู่การจัดการการท่องเที่ยวโดยรวม
3. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษาสร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจและการมีรายได้เพียงอย่างเดียว
4. การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต้องให้ความสำคัญการมีส่วนร่วมของประชาชน และองค์การท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ และการแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ
5. จัดลำดับความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นความจำเป็นในการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้ให้องค์การต่าง ๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และกำหนดการจัดการที่เหมาะสม
6. นำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่าง ๆ อย่างมีความสำคัญ ได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค
7. สนับสนุนการศึกษา วิจัย และประเมินผลการพัฒนาอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหาและการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน
8. มีการใช้กฎหมายในการควบคุม ดูแล รักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ตักเตือน และสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย
9. จัดทำแนวปฏิบัติ (Code of Conduct) แก่ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างถูกต้อง
10. จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยให้มีการประสานด้านข้อมูลข่าวสารการจัดการร่วมกันทุกระดับ

นโยบายด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

1. ให้การสนับสนุนในการวางแผน การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตามขอบเขตขีดความสามารถที่รองรับได้ โดยการกำหนดเขตพื้นที่ท่องเที่ยว เขตสงวนเพื่อการศึกษาและรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อมเขตกันชน และเขตฟื้นฟู
2. กำหนดกรอบการพัฒนาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยมีมาตรฐานที่ชัดเจนให้ยกเลิกการท่องเที่ยวในพื้นที่เปราะบาง สนับสนุนการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การกำหนดพื้นที่ที่เหมาะสมในเขตอนุรักษ์
3. สนับสนุนการพัฒนาพื้นที่ธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศนอกเขตอนุรักษ์ ในเขตพื้นที่พหุธรรมชาติ พื้นที่เอกชนและเขตชุมชน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
4. สนับสนุนการพัฒนากลุ่มแหล่งท่องเที่ยว และโครงข่ายการท่องเที่ยวในท้องถิ่นระดับกลุ่มพื้นที่ที่มีความเชื่อมโยงกัน โดยให้แหล่งท่องเที่ยวมีการพัฒนาในระดับที่สามารถทดแทนแหล่งท่องเที่ยวที่เกินขีดความสามารถในการรองรับได้
5. สนับสนุนการจัดระบบข้อมูลข่าวสาร ในการเดินทาง การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว และการถ่ายทอดนักท่องเที่ยว ไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงอย่างเป็นระบบ
6. กำหนดมาตรการการป้องกันและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เข้มงวดมากขึ้น และให้การสนับสนุนการประกอบการที่มีมาตรการถูกต้องเหมาะสมอย่างเป็นรูปธรรม
7. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมในการควบคุม และการจัดการมลพิษสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ท่องเที่ยว

นโยบายด้านการจัดการโครงสร้างพื้นฐานและบริการการท่องเที่ยว

1. การจัดระบบการเดินทางเชื่อมโยงโครงข่ายการท่องเที่ยว ให้มีความสะดวกตามสมควร โดยเน้นด้านความปลอดภัยเป็นหลัก
2. สนับสนุนให้มีการใช้พลังงานอย่างประหยัด เหมาะสมตามความจำเป็นและตามขนาดพื้นที่ท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สนับสนุนการใช้พลังงานทดแทน การลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่หมดเปลืองไปในกิจกรรมการท่องเที่ยว
3. สนับสนุนระบบการสื่อสาร สร้างโครงข่ายที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม กระจายตัวครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวและการบรรเทาสาธารณภัยในยามฉุกเฉิน
4. สนับสนุนให้บริการการท่องเที่ยว ดำเนินการโดยภาคเอกชน หรือองค์การประชาชน ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย โดยองค์การรัฐเป็นฝ่ายสนับสนุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

และการจัดแหล่งท่องเที่ยวรองรับ ทั้งนี้ให้มีกรอบการพัฒนาด้านการบริการที่มีขนาดรูปแบบ และคุณภาพการบริการ ตามแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

5. การจัดบริการของรัฐในพื้นที่ที่จำเป็น จะต้องมีขนาดและบริการที่เหมาะสมโดยมุ่งเน้นการช่วยและการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับรูปแบบและกิจกรรมของการท่องเที่ยว นั้น ๆ การจัดบริการต้องไม่เป็นการแสวงกำไร หรือแข่งขันกับภาคเอกชน แต่ควรให้มีรายได้เสริมสำหรับการฟื้นฟูและรักษาทรัพยากร

6. การจัดการบริการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้คำนึงถึงความสอดคล้องตามสภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของท้องถิ่น

7. กำหนดมาตรฐานและมาตรการในการควบคุม และส่งเสริมการบริการและการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยสร้างมาตรฐานการจูงใจ การให้ การรองรับมาตรฐาน การบริการ และการให้รางวัลเป็นต้น

นโยบายด้านการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก

1. กำกับ ควบคุม ดูแล การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในพื้นที่ท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงผลกระทบของกิจกรรมที่มีต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อม

2. จัดให้มีการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรในระบบโรงเรียน สถาบันการศึกษาวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องด้วยการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวในทิศทางที่ยั่งยืน

3. สนับสนุนสื่อสารมวลชนและสื่อข้อมูลข่าวสารอื่น ๆ ที่ส่งเสริมการศึกษาธรรมชาติและวัฒนธรรมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สำหรับใช้เป็นข้อมูล คู่มือ และอุปกรณ์การเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวตลอดจนผู้เกี่ยวข้อง

4. สนับสนุนงบประมาณในการจัดสื่อความหมายธรรมชาติ ที่มีคุณภาพในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

5. เปิดโอกาสให้มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของประชาชน ในพื้นที่มาสื่อความกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนให้ประชาชนเป็นมัคคุเทศก์เฉพาะ หรือมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความรู้อย่างแท้จริง และเป็นการกระจายรายได้ที่เหมาะสม

6. ขยายบทบาทการสื่อความหมายธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดและเรียนรู้ร่วมกัน

นโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น

1. พัฒนาแบบแผนการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนรวมถึงการมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น เอกชนและประชาชนทั่วไปในด้านการลงทุน การผลิตสินค้าและบริการ ทั้งนี้ต้องมีความเสมอภาค เป็นธรรมในกรอบที่เหมาะสม สอดคล้องกับการพัฒนาด้านอื่น ๆ และมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด
2. สนับสนุนการจัดตั้งข่ายความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในรูปขององค์กรหรือคณะกรรมการระดับชาติ ภูมิภาคและท้องถิ่น โดยมีเครือข่ายครอบคลุมผู้เกี่ยวข้องทุกส่วนและทุกระดับ โดยให้องค์กรมีขอบเขตความสามารถในการตัดสินใจและดำเนินการอย่างอิสระภายใต้กรอบที่ตอบสนองความจำเป็นในการจัดแต่ละระดับ
3. เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวางแผนการตัดสินใจ และติดตามประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมทั้งปรับทัศนคติและปรับปรุงขีดความสามารถของหน่วยงานรัฐ ให้สามารถร่วมมือและเกื้อหนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้น
4. ส่งเสริมการจัดตั้งองค์กรพัฒนาเอกชนและองค์กรประชาชน ทั้งเป็นนิติบุคคล
5. พัฒนากฎหมายและระบบงบประมาณของภาคของรัฐ ให้สามารถส่งเสริมและเอื้ออำนวยความสะดวกประสานงานความร่วมมือของหน่วยงานปฏิบัติทุกระดับกับประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ในการให้ชุมชนมีโอกาสในการควบคุม กำกับ ดูแล และจัดการทรัพยากรด้วยตนเอง
6. สนับสนุนพัฒนาศักยภาพของคน โดยการเพิ่มพูนความรู้และทักษะในด้านการจัดการพัฒนาการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว การอนุรักษ์ ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนให้กว้างขวางมากขึ้น
7. สนับสนุนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้มแข็งมีประสิทธิภาพ ในด้านการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อย่างมีอิสระและสามารถจัดเก็บรายได้เพื่อการอนุรักษ์ ฟื้นฟูการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยให้มีการพัฒนาทักษะการจัดการที่ถูกต้อง
8. สนับสนุนองค์การพัฒนาเอกชน ที่มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาทางสังคม ให้มีโอกาสในการเข้าช่วยเหลือและยกระดับการมีส่วนร่วมตลอดจนการจัดตั้งองค์การชุมชน และองค์การจัดการธุรกิจของประชาชนอย่างสร้างสรรค์

นโยบายด้านการส่งเสริมตลาดและการนำเที่ยว

1. กำกับส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในทิศทางที่เหมาะสมกับสภาพทรัพยากรและขีดความสามารถในการจัดการรองรับการท่องเที่ยว ละเว้นหรือ ชะลอการส่งเสริมตลาดในพื้นที่ที่ยังไม่มีความพร้อม ง่ายต่อการถูกกระทบกระเทือนจากการท่องเที่ยว
2. สนับสนุนการตลาดในรูปแบบที่ประสานการท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายที่เหมาะสม ทั้งที่เป็น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลอดโปรแกรม และแบบผสมผสานกับการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อให้มีการกระจายนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม
3. จัดให้มีการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับคุณภาพ การท่องเที่ยวตอบสนองการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นหลัก และคำนึงถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
4. ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ที่เน้นการศึกษาและกิจกรรมเชิงนิเวศ สำหรับ นักท่องเที่ยวชาวไทยในกลุ่มเยาวชน กลุ่มแรงงาน และเกษตรกร
5. ส่งเสริมการบริการนำเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้พัฒนาการบริการที่มีคุณภาพ มุ่งเน้นการให้ การศึกษา การเรียนรู้จากประสบการณ์ และการมีส่วนร่วมอย่างเป็นธรรมชาติกับชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนสนับสนุนมาตรการในการแก้ไขปัญหา และอุปสรรคของการบริการอย่างเต็มที่
6. กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการบริการนำเที่ยว มาตรฐานการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยวใน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในลักษณะที่มีความเข้มงวดมากเป็นพิเศษ ภายใต้การจัดให้มีการพึง พื่อใจแก่นักท่องเที่ยวในระดับที่เหมาะสม โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรที่อยู่เหนือ ความต้องการส่วนบุคคล
7. ส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ภายใต้ขอบเขตการพัฒนา โดยการใช้สื่อที่หลากหลาย และมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาให้ ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในภูมิภาค

นโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุน

1. สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน อยู่ภายในกฎเกณฑ์ที่กำหนด เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนสามารถพัฒนาระบบการบริการที่มีคุณภาพโดยใช้มาตรการทางภาษี การสร้างสิ่งจูงใจอื่น ๆ การตอบแทนในรูปแบบของรางวัล
2. สนับสนุนการลงทุนของชุมชนท้องถิ่น ในรูปแบบต่าง ๆ ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการให้กู้ยืมหรือให้กู้ดอกเบี่ยต่ำจากสถาบันการเงินของรัฐ
3. ส่งเสริมให้องค์การธุรกิจเอกชน สนับสนุนการดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ขององค์การประชาชน
4. สนับสนุนด้านงบประมาณ และสิทธิประโยชน์แก่องค์การพัฒนาเอกชน ในการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และสนับสนุนการพัฒนาของประชาชนท้องถิ่น
5. ส่งเสริมการลงทุนผลิตสินค้า อุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ในการจัดกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ การจัดการบริการ และการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหรือลดต้นทุนการนำเข้าสินค้าที่จำเป็นจากต่างประเทศ

นโยบายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549)

นโยบายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 มุ่งเน้นในด้านการอนุรักษ์ฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อมชุมชน ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวให้เกื้อหนุนต่อคุณภาพชีวิตและเป็นรากฐานการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน คือ มุ่งเน้นและรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งศิลปกรรมโบราณคดี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยให้ความสำคัญต่อการพิจารณาสมรรถนะในการรองรับของระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนป้องกันมิให้วัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว ให้นำหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนดแนวทาง และควบคุมก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม และสามารถจัดเก็บรายได้เพื่อใช้ในการฟื้นฟู อนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นรวมทั้งมุ่งอนุรักษ์ ฟื้นฟูและสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมไทย (สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2544)

นโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2540-2546

กำหนดให้การพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ มั่นคง และสมดุล เสริมสร้างโอกาสการพัฒนาศักยภาพของคนในการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาและได้รับผลจากการพัฒนาที่เป็นธรรม จึงเป็นการพัฒนาที่เน้น การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน (รำไพพรรณ, 2544)

กระบวนการของการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน

ต้องมีการบูรณาการและมีแนวทางการพัฒนาที่ชัดเจนเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกัน เชื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน ใน 3 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยว
2. การบริการทางการท่องเที่ยว
3. การตลาด

จากการที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (conservation tourism) และเป็นแนวทางหนึ่งที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism development) นั่นคือการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของในท้องถิ่น โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลัง

จากคำจำกัดความจะสามารถอธิบายได้ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) ที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยว แหล่งธรรมชาตินี้อาจไม่เป็น หรือจำเป็นต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามที่กำหนดไว้ก็ได้ หากมีการท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่ใด ๆ สามารถจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้ เช่น อุทยานแห่งชาติ เส้นทางเดินป่านอกเขตอุทยานแห่งชาติ เป็นต้น แหล่งวัฒนธรรมโดยทั่วไปเป็นผลผลิตของความเจริญของมนุษย์ เป็นวิถีชีวิตที่พัฒนาจากลักษณะส่วนบุคคลจนเป็นสังคมดัดแปลงเปลี่ยนแปลงธรรมชาติ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ โบราณคดี และวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยวและพฤติกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมของผู้ที่เกี่ยวข้อง ความรับผิดชอบต่อสังคมมิได้เป็นหน้าที่ของผู้หนึ่งผู้ใด หากเป็นหน้าที่ของผู้รับผิดชอบต่อในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยว การตลาด นักท่องเที่ยว รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อม การก่อสร้างอาคารถาวรที่อาจทำลายทัศนียภาพ การควบคุมปริมาณขยะ และน้ำทิ้งจากโรงแรม ภัตตาคาร เป็นต้น นอกจากนี้แล้วควรจะมีวิธีที่จะนำรายได้บางส่วนจากการท่องเที่ยวมาใช้ในการอนุรักษ์ เช่น รายได้จากการเก็บอัตราค่าเข้าชม หรือ รายได้จากการเก็บภาษีโรงแรม ภัตตาคาร

3. การเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง หมายถึง เป็นกระบวนการที่ขาดไม่ได้ ของการท่องเที่ยวประเภทนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคม กระบวนการเรียนรู้จะเกิดขึ้นในทุกขณะทุกขั้นตอนของการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการพัฒนา การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งจะทำให้มีการสะสมประสบการณ์ที่ดีและมากขึ้นตามลำดับ ทั้งนี้ระดับการเรียนรู้ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน กล่าวคือ ความรู้ที่ได้จากการท่องเที่ยวธรรมชาติและเพื่อความเพลิดเพลิน จนถึงความรู้ที่ได้จากการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหรือวิจัย อีกทั้งการเรียนรู้ที่ไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่รวมถึงผู้เกี่ยวข้องทั้งผู้บริหารแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และประชาชนท้องถิ่น

4. การมีส่วนร่วมของท้องถิ่น หมายถึง การจัดการที่มีลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ ท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วม (Involvement, Participation, Partnership) ท้องถิ่นในที่นี้อาจหมายถึง ชุมชน (Community) หรือประชาชน (People, Local People) หรือรัฐบาลท้องถิ่นองค์การปกครองท้องถิ่น (Local Government) ก็ได้ ทั้งนี้ควรเป็นท้องถิ่นที่เป็นของประชาชนอย่างแท้จริง ประชาชนส่วนใหญ่เป็นผู้กำกับองค์การ อย่างเป็นทางการโดย การมีส่วนร่วมหมายถึง การมีสิทธิ์ในการควบคุม ดูแลกระบวนการท่องเที่ยว โดยมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นการสำรวจ วางแผน จัดการ ดำเนินการ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการกระจายรายได้หรือการปันผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น โดยการสร้างงานให้ประชาชนท้องถิ่น ช่วยให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นการช่วยลดความจำเป็นในการพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการดำรงชีพ ประชาชนท้องถิ่นยังคงได้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้นอยู่ แต่เปลี่ยนแปลงรูปแบบของการใช้ทรัพยากรเพื่อการสืบเนื่อง เป็นการรักษาทรัพยากรเพื่อเป็นวัตถุดิบสำหรับการท่องเที่ยว เป็นการชี้ถึงความสำคัญของท้องถิ่น และเป็นกระบวนการเรียนรู้สู่การพัฒนาความสามารถ ในการพึ่งตนเองของชุมชนอีกด้วย

นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยสนับสนุนขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นบ้านได้ด้วย เช่น การขายสินค้า
หัตถกรรมพื้นบ้าน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว (ผศ.ดร.ดรพรณี เอมพันธุ์, 2545) ประกอบด้วย

อุปสงค์

- ในรูปของจำนวนหรือปริมาณ (คน-ครั้ง/ช่วงเวลา)
- ในรูปของลักษณะการใช้ประโยชน์ (พฤติกรรม)
- ปัจจัยสำคัญ (เวลาว่าง เงินรายได้ แรงกระตุ้น ค่านิยม)

อุปทาน

- แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ
 - นคร เมือง หรือ ชุมชน
 - แหล่งประวัติศาสตร์ / โบราณคดี
 - แหล่งธรรมชาติ
 - อื่น ๆ
- สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ
 - ข้อมูล ข่าวสาร โปรแกรมสื่อความหมาย
 - ที่พัก ห้องสุขา ที่จอดรถ ระบบเส้นทางคมนาคม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ
 - บริการอาหาร/เครื่องดื่ม ของที่ระลึก
 - บริการรักษาความปลอดภัย
 - บริการกิจกรรมนันทนาการ
 - อื่น ๆ

ระบบการจัดการ

- กรอบการจัดการการท่องเที่ยว (หลักการพัฒนากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน)
- เป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยว
- วิธีการ/มาตรการ ภารกิจ
- กฎระเบียบ จรรยาบรรณการท่องเที่ยว
- ผู้มีส่วนได้-เสีย
- ทรัพยากรที่จำเป็นต่อการบริหารจัดการ ได้แก่ งบประมาณ บุคลากร อุปกรณ์ เวลา ฯลฯ

- การติดตามประเมินผล

แนวคิดและหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวที่สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้สามารถรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศ ตลอดจนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต (WTO, 1991:13)

หลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

- มีการดำเนินการจัดการภายใต้ขีดความสามารถของระบบธรรมชาติในการทดแทนฟื้นฟูให้สามารถผลิต และให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ตลอดไป โดยไม่ลดถอย หรือเสื่อมโทรมลง
 - ตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน
 - มีการกระจายประโยชน์อย่างเป็นธรรมสู่ท้องถิ่น
 - ให้ประสบการณ์ันทนาการที่มีคุณค่า
 - ให้ผู้มาเยือน/นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ทรัพยากร และวิถีชีวิต
 - เน้นการออกแบบที่กลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และใช้วัสดุในท้องถิ่น
 - เน้นการผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสู่แผนพัฒนาระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับประเทศ
- เน้นข้อมูลพื้นฐานเพื่อเป็นฐานในการตัดสินใจและการติดตามตรวจสอบ

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ปัจจุบันในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ Ecotourism กำลังได้รับความสนใจอย่างมาก และมักจะมีการกล่าวถึงควบคู่กันอยู่เสมอระหว่างการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยมีการระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นทางออกหรือทางรอดเพียงทางเดียวที่จะนำพาให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนได้

ในความเป็นจริงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นเพียงรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งเท่านั้น ความหมายของ Ecotourism คือ การเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่น จากนัยความหมายนี้จึงชี้ให้เห็นว่า Ecotourism มีขอบเขตซึ่งจำกัด โดยรูปแบบและสถานที่ตลอดจนในเรื่องกลุ่มนักท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จึงไม่ใช่คำตอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน แต่คำตอบควรจะอยู่ที่กระบวนการหรือระบบของการท่องเที่ยวทั้งหมด

แนวทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสำหรับนักท่องเที่ยว

ศรีพร สมบุญธรรม (2537:55) ได้กำหนดแนวทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสำหรับนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. การจัดการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มขนาดเล็ก เพื่อให้เหมาะสมกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น ๆ
2. มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น สิ่งก่อสร้าง การแต่งกาย การปฏิบัติตนขณะอยู่ในท้องถิ่นนั้น
3. ควรศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณีของท้องถิ่นนั้นก่อนเดินทางเข้าไป เพื่อไม่กระทำการใดที่กระทบจิตใจคนในท้องถิ่น เคารพสิทธิของผู้อื่นและไม่มองความแตกต่างในการดำรงชีวิตของคนในท้องถิ่นเป็นความด่าด้อยกว่าตน
4. รักษาสภาพธรรมชาติให้คงความสมบูรณ์มากที่สุด ส่งเสริมและฟื้นฟูขนบธรรมเนียม ประเพณีของคนในท้องถิ่น
5. ไม่ทำลายป่าไม้ ไม่ขีดเขียน ทำลาย รื้อถอน ลักขโมยโบราณวัตถุ หรือบุกรุกพื้นที่โบราณสถานและพื้นที่สาธารณะ

แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2547

เป้าหมายตามกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

วางรากฐานประเทศไทยมุ่งสู่การเป็น Tourism Capital of Asia
ทิศทางการดำเนินงาน ปรับตำแหน่งยุทธศาสตร์สู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ
“มุ่งนักท่องเที่ยวคุณภาพ” Best Quality Tourists

วัตถุประสงค์การดำเนินงานในภาพรวม

1. เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ โดย...
 - เพิ่มค่าใช้จ่าย/คน/วัน
 - เร่งอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้กลับคืนสู่แนวโน้มปกติ (เน้นกลุ่มคุณภาพและ First Visit)
 - รักษาวันพักเฉลี่ยมิให้ลดลง
2. เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนไทย
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศพันธมิตรในภูมิภาค

4. ส่งเสริมไทยเที่ยวไทยเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวม

เป้าหมายทางการตลาด

	ตลาดต่างประเทศ	ตลาดในประเทศ
จำนวน	11.00 ล้านคน (+ 13.40%)	67.12 ล้าน Trips (+ 3.10%)
รายได้	340,000 ล้านบาท (+ 17.40%)	362,500 ล้านบาท (+ 20.07%)

กลุ่มเป้าหมายตลาดต่างประเทศ

1. ในเชิงภูมิศาสตร์ (Market)

ระดับความเข้มข้น ในการทำตลาด	กลุ่มตลาด
เร่งการเติบโต (Intensive)	<u>เอเชียแปซิฟิก</u> : ญี่ปุ่น จีน เกาหลี ฮองกง ไต้หวัน มาเลเซีย สิงคโปร์ อินเดีย อินโดจีน นิวซีแลนด์ <u>ยุโรป</u> : อังกฤษ อิตาลี รัสเซีย สเปน ฟินแลนด์ <u>ตะวันออกกลาง</u> : สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (U.A.E)
รักษาสถานะ (Maintain)	<u>เอเชียแปซิฟิก</u> : ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ <u>ยุโรป</u> : เยอรมัน ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย เบลเยียม สแกนดิเนเวีย ยุโรปตะวันออก กรีซ ตุรกี โปรตุเกส CIS & Baltic <u>อเมริกา</u> : สหรัฐอเมริกา แคนาดา ละตินอเมริกา <u>ตะวันออกกลาง</u> : อิสราเอล <u>แอฟริกา</u> : แอฟริกาใต้

2. ในเชิงกลุ่มตลาด (Segmentation)

กลุ่มหลัก : MICE, High End, Golf, Wellness & Spa, Family, Diving, Youth, Honeymooner

กลุ่มรอง : Senior, Ladies, Eco & Soft Adventure, Medial Tourism, Long Stay, Film
Maker Education

กลุ่มเป้าหมายตลาดในประเทศ
ครอบครัว ผู้สูงอายุ เยาวชน คนทำงาน
MICE ผู้มีรายได้สูง Expat

Theme / Campaign ในการโฆษณา

ตลาดต่างประเทศ

amazing
THAILAND
Unseen Treasures

Message : นำเสนอคุณค่าของสินค้าเมืองไทยมุมมองใหม่ เมืองไทยยังมีสิ่งน่าสนใจที่ท่านไม่เคย
เห็น ไม่เคยสัมผัสอีกมากมาย ทั้งด้านธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม
ประวัติศาสตร์โบราณสถาน กิจกรรม Special Interest เช่น Golf Spa Diving
Wedding Adventure และบริการต่าง ๆ เช่น Boutique Hotel เป็นต้น

สินค้าทางการท่องเที่ยว

1. สินค้าสำหรับตลาดต่างประเทศ

สินค้าหลักทางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 Cluster ได้แก่...

Cluster ที่ 1 :	หาดทราย ชายทะเล : พัทยา, ภูเก็ต, พังงา, กระบี่, สมุย, หัวหิน, ชะอำ
Cluster ที่ 2 :	อุทยาน ธรรมชาติ ป่าเขา : เชียงใหม่, กาญจนบุรี, เพชรบุรี
Cluster ที่ 3 :	ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม : กรุงเทพฯ, เชียงใหม่, เชียงราย, สุโขทัย, กาญจนบุรี, อุทยาน
Cluster ที่ 4 :	ความสนใจเฉพาะ : Shoppng, Food , MICE, Golf , Wellness & Spa

สินค้าใหม่พร้อมขาย 12 กลุ่ม ได้แก่...

- 1) New Destination : เกาะช้าง, อุทยานนี้
- 2) Golf : เขาใหญ่, พัทยา, ระยอง-จันทบุรี, สมุย

- 3) Marine Activities : Under Water World พัทยา, เรือดำน้ำ ภูเก็ต
- 4) Wellness & Spa : ภูเก็ต แม่ฮ่องสอน, น้ำตกร้อนคลองท่อม กระบี่
- 5) Eco & Solf Adventure : เขาใหญ่, ดูนก แก่งกระจาน/สามร้อยยอด
- 6) Gateway to GMS : เชียงใหม่-จีนตอนใต้, เชียงใหม่-พม่า
: เส้นทางสู่อินโดจีน หมายเลข 8, 9
- 7) Historical Site : เส้นทางวัฒนธรรมมรดกโลก (ศรีเทพ-ศรีสัชนาลัย/สุโขทัย-กำแพงเพชร)
: เวียงกุมกาม เชียงใหม่
- 8) Agro Tourism : ไร่อรุณ ปากช่อง ฟาร์มโชคชัย, ทิวสวนผลไม้ ระยอง จันทบุรี
- 9) Cultural & Life Style : หมู่บ้านโคกโก่ง ขอนแก่น, หมู่บ้านหนองขาว กาญจนบุรี
- 10) MICE : Theme Party เชียงใหม่, อโยธยา, ลพบุรี
- 11) Man Made : ปราสาทไม้สังขารธรรม, พิพิธภัณฑ์พื้น
- 12) Event : Bangkok Film Festival, Pattaya Music Festival, สงกรานต์, Thailand Grand Sale, ลอยกระทง, Bangkok Count Down, รายการกีฬาระดับนานาชาติ เช่น Golf Johny Walker Classic, Tennis Volvo, World Pool เป็นต้น

2. สินค้าสำหรับตลาดในประเทศ

นำเสนอ Unseen Product แบ่งได้เป็น 4 หมวด คือ

- 1) Unseen Destination: แหล่งท่องเที่ยว Unseen ที่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค เช่น ทะเลแหวก กระบี่ พระธาตุหัวกลับ ลำปาง ฯลฯ
- 2) Unseen Paradise : ที่พักที่มี Character พิเศษ และ Location ที่สวยงาม
- 3) Unseen Adventure : การท่องเที่ยวแบบผจญภัย เช่น ล่องแก่ง ฯลฯ
- 4) Unseen Thainess : นำเสนอสินค้าประเพณี วัฒนธรรม และสิ่งศักดิ์สิทธิ์

กลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาด

กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

- 1) โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็น Quality Destination โดยการสร้างและเผยแพร่ Brand Image และแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์ด้านลบ
- 2) ประชาสัมพันธ์เพื่อขยายฐานลูกค้า โดยใช้ “อาหารไทย” และ “การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ” เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ประเทศไทย และสร้างเครือข่ายในการ

ประชาสัมพันธ (ภาครัฐ-เอกชน ในต่างประเทศ) รวมถึงการเชิญนักเขียน สื่อมวลชน ทัศนศึกษา และนำสินค้าพิเศษ พร้อมเขียนบทความส่งเสริมสินค้า

กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

1) เจาะตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ สร้างกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และนำเสนอสินค้าในลักษณะ Tailor Made มากขึ้น

2) การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน

(1) โดยการจัดตั้งสำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในต่างประเทศเพิ่มขึ้น Joint Marketing ร่วมกับบริษัทนำเที่ยว สายการบิน สร้างจุดขายสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพส่งออกเสริมตลาด

(2) ส่งเสริม World Event Marketing

(3) โดยการนำเสนอขายเทศกาลงานประเพณีและกิจกรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ได้แก่ งาน Bangkok International Film Festival, Pattaya Music Festival เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง Thailand Grand Sale และ Bangkok Count Down

(4) สร้างพันธมิตรทางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

(5) ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway สู่อุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS)

กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดในประเทศ

1) สร้างกระแสนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธเชิงรุกให้มากขึ้น

2) สร้างสิ่งจูงใจและแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมพิเศษ หรือโครงการชิงโชคกระตุ้นการเดินทาง รวมถึงการใช้ราคาเป็นแรงจูงใจ

3) ส่งเสริมการขายแบบ Hard Sale โดยการจัด Consumer Travel Fair กระจายทั่วทุกภูมิภาค

4) ส่งเสริมให้มีการจัดประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ของหน่วยงานภาครัฐ-เอกชน

5) ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทางรถยนต์

6) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวชนในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

7) เสริมสร้างศักยภาพการบริการข้อมูลท่องเที่ยว

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Management of Tourism Business) โดยการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาหมู่บ้านปลายโพงพาง ตำบลปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม คณะผู้จัดทำจึงได้รวบรวมผลงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิง เพื่อสนับสนุนการศึกษาในเรื่องนี้ ดังนี้

โครยา (2539) ได้สรุปเรื่องศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศไทยจากตัวแทนทัวร์โอปะเรเตอร์ในอเมริกา มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรจะให้ความรู้แก่คนทั้งในประเทศและต่างประเทศเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในประเทศไทย และสำหรับนักท่องเที่ยวควรมีที่พักที่สะดวกสบายแต่ไม่หรูหรา สะอาด เรียบง่าย มีอาหารที่ดีและสะอาด มัคคุเทศก์ควรผ่านการอบรมทั้งในเรื่องการนำเที่ยวและมาตรการความปลอดภัยมากกว่านี้

วรรณพร วณิชชานุกร (2540) ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการศึกษาถึงตัวอย่างการปฏิบัติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในประเทศต่าง ๆ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่แนวความคิดของการท่องเที่ยวแนวใหม่ ให้แก่ นักศึกษา และผู้เกี่ยวข้องในวงการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการแปลความคิดสู่การปฏิบัติ ตลอดจนการนำมาประยุกต์ใช้ในประเทศไทย

ผลการศึกษา การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศต่าง ๆ พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น และการได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม รวมทั้งปัจจัยทางการเมือง นโยบายของรัฐบาล นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลถึงความสำเร็จและความล้มเหลวของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในแหล่งนั้น ๆ นอกจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศวิทยามากที่สุด ดังนั้นการควบคุมการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว คือการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยว โดยสามารถรักษาความสมดุลของระบบนิเวศให้คงอยู่ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งในภาครัฐบาลและเอกชน ควรมีการร่วมมือกันเพื่อให้การควบคุมจัดการทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

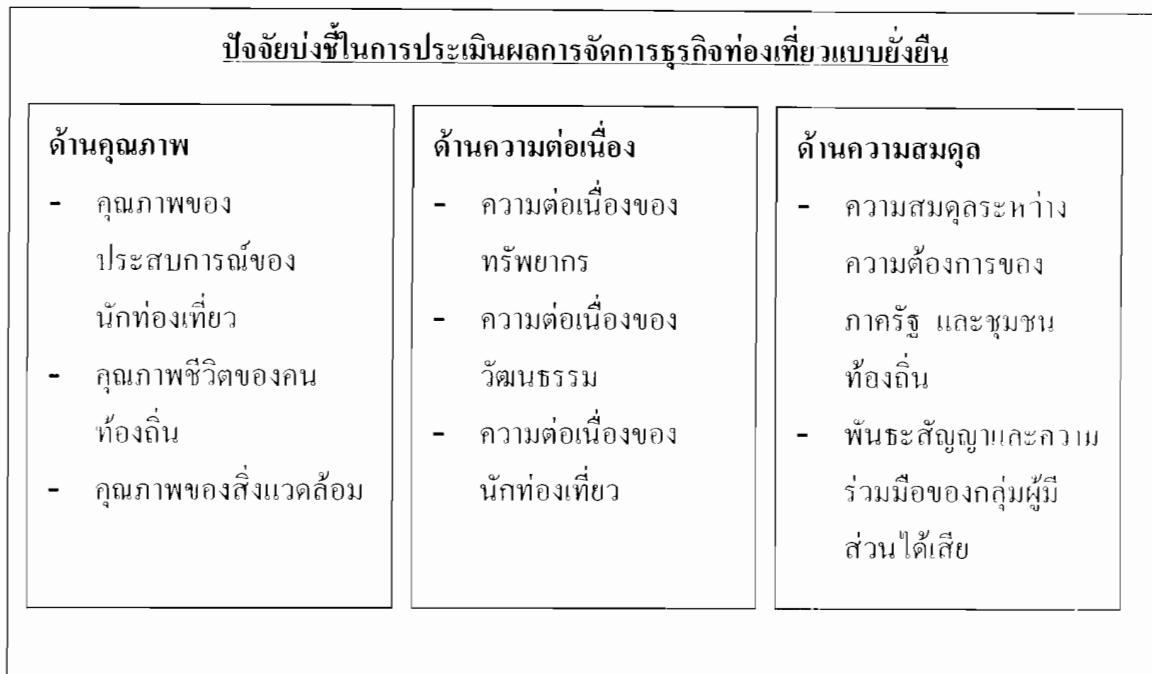
พระมหาสุทิตย (2541) ศึกษาเรื่องศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศึกษาเฉพาะกรณี : เส้นทางสายลำน้ำกก จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พบว่าชุมชนท้องถิ่นมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีศักยภาพด้านการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการกระจายรายได้ สภาพปัญหาเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน การบริการข้อมูล

ข่าวสารและการจัดการดูแลนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว ควรเพิ่มความร่วมมือในการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

อุไรพรรณ (2544) ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่บ่งชี้ถึงศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านลักษณะพื้นที่ ปัจจัยด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านกิจกรรมและการจัดการการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์การชุมชน ทำให้ทราบว่าศักยภาพของชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีในระดับปานกลาง โดยมีศักยภาพในปัจจัยด้านองค์การชุมชนมากที่สุด แต่ยังคงขาดการดำเนินงานด้านกิจกรรม และการจัดการการท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะ คือ รัฐบาลควรส่งเสริมและให้การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมแก่ชุมชนอย่างสม่ำเสมอ และควรจัดกิจกรรมส่งเสริมและเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รวมทั้งให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่มากขึ้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศภาคเหนือ พื้นที่อำเภออุ้มผาง พบว่า มีธรรมชาติที่หลากหลายและยังไม่ถูกทำลายมากนักสามารถให้ความรู้ได้หลายรูปแบบ ซึ่งประชาชนและนักธุรกิจท้องถิ่นมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์อยู่ในระดับหนึ่งแล้ว ดังนั้น หากมีมาตรการส่งเสริมจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจะยิ่งทำให้การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีบทบาทโดดเด่นและสัมฤทธิ์ผลยิ่งขึ้น และเสนอแนะแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ เช่น แนวทางการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวและรักษา แนวทางการสื่อความหมายและบริการความรู้ แนวทางการส่งเสริมมาตรฐานที่พักและบริการท่องเที่ยว แนวทางส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม และแนวทางป้องกันผลกระทบทางวัฒนธรรม

กรอบแนวความคิด



การสร้างแบบประเมินผลการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
โดยอาศัยการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม เพื่อตรวจสอบความเหมาะสม
และทำการปรับปรุงตามความเหมาะสม



ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ผู้ประกอบกิจการธุรกิจท่องเที่ยว (เจ้าของบ้าน) จำนวน 17 คนในตำบลปลายโพงพาง ที่เข้าร่วมโครงการบ้านทรงไทยหมู่บ้านปลายโพงพาง
2. ชาวบ้าน 9 หมู่บ้านในตำบลปลายโพงพาง จำนวน 82 คน
3. นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 94 คน และชาวต่างประเทศจำนวน 24 คน รวมจำนวน 118 คน ในช่วงเดือนธันวาคม ปี 2546 – มีนาคม ปี 2547

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ

1. แบบสอบถามประกอบการวิจัย ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยว ความพึงพอใจเกี่ยวกับการบริการของหมู่บ้านปลายโพงพาง

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งของนักท่องเที่ยว ชาวบ้านที่อาศัยในหมู่บ้านปลายโพงพาง และกลุ่มผู้ประกอบการเกี่ยวกับสภาพปัญหา อุปสรรค และความต้องการ

2. บทสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ และชาวบ้านภายในตำบลปลายโพงพาง

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เมื่อสร้างแบบสอบถามและหัวข้อในการสัมภาษณ์เสร็จเรียบร้อยแล้ว

ผู้วิจัย ได้นำ

แบบสอบถามและหัวข้อในการสัมภาษณ์เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงให้มีเนื้อหาครอบคลุม และตรงประเด็นที่ทำการศึกษา รวมทั้งพิจารณาการสื่อ

ความหมายและความถูกต้องของสำนวนภาษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูล 2 ประเภท คือ

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- สำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรสงคราม
- ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม
- เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงคราม
- เอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง
- พิมพ์เขียวของ นายรัชช บัญพัฑ

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ การสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติจำนวน ที่เข้ามาใช้บริการธุรกิจท่องเที่ยวของตำบลปลายโพงพาง ชาวบ้านในหมู่บ้านปลายโพงพาง และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (เจ้าของบ้าน) ในตำบลปลายโพงพาง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ จะใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามมาทำการประมวลผล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) โดยวิเคราะห์ทางสถิติหาค่าร้อยละ (Percentage) และใช้วิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์ทางสถิติจากข้อมูลการสังเกตและการสัมภาษณ์ประชากรในพื้นที่จริง

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมา เพื่อทราบโครงสร้างปัญหา และแนวทางแก้ไข รวมทั้งจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลกระทบ จากการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ประกอบกับการศึกษาศักยภาพในพื้นที่ โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของคำบรรยาย ตาราง และรูปภาพ

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากการศึกษาและสำรวจ

ผลการศึกษาเรื่องการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กรณีศึกษาของหมู่บ้านปลายโพงพง อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดสกลนคร จากข้อมูลการศึกษาและการสำรวจ โดยการใช้แบบสอบถาม และสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง 217 คน ซึ่งนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของธุรกิจท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บ้านทรงไทยของหมู่บ้านปลายโพงพง มีปัจจัยบ่งชี้ในการประเมินผลการจัดการธุรกิจแบบยั่งยืน โดยอาศัยการตรวจเอกสารเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีที่สรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ กับองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง สรุปผลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล ปรากฏตามตารางและรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 : เพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	104	47.93
หญิง	113	52.07
รวม	217	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพงที่เป็นเพศชาย จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 47.93 และเป็นเพศหญิง จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 52.07

ตารางที่ 2 : อายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	6	2.76
15 – 20	7	3.23
21 – 30	48	22.12
31 – 40	57	26.27
41 – 50	35	16.13
51 – 60	30	13.82
มากกว่า 60 ปี	15	6.91
ผู้ที่ไม่ตอบ	19	8.76
รวม	217	100

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพรงพาง ที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.76 มีอายุระหว่าง 15 – 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 22.12 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 26.27 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 35 คนคิดเป็นร้อยละ 16.13 มีอายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.82 ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.91 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ตอบแบบสอบถามจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.76

ตารางที่ 3 : ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	46	21.20
มัธยมศึกษาตอนต้น	30	13.82
มัธยมปลาย/ปวช.	46	21.20
อนุปริญญา/ปวส.	21	9.68
ปริญญาตรี	53	24.42
ปริญญาโท	16	7.37
อื่น ๆ	5	2.30
รวม	217	99.99

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีระดับการศึกษาดังนี้ ระดับประถมศึกษา จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.82 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 21.20 ระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 9.68 ระดับปริญญาตรี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 24.42 ระดับปริญญาโท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.37 และอื่น ๆ อีกจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30

ตารางที่ 4 : สัญชาติ

สัญชาติ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไทย	193	88.94
ญี่ปุ่น	7	3.23
อังกฤษ	3	1.38
จีน	2	0.92
อเมริกา	6	2.76
อื่น ๆ	2	0.92
ผู้ไม่ตอบ	4	1.84
รวม	217	99.99

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ที่เป็นสัญชาติไทย มีจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 88.94 สัญชาติญี่ปุ่น มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 สัญชาติอังกฤษ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.38 สัญชาติจีน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.92 สัญชาติอเมริกา มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.76 อื่น ๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.92 และผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.84

ตารางที่ 5 : สถานภาพสมรส

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	106	48.85
สมรส	111	51.15
อื่น ๆ	0	0
รวม	217	100

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มประชากรในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง โสดจำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 48.85 ที่สมรสแล้วจำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 51.15

ตารางที่ 6 : รายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	14	6.45
ต่ำกว่า 5,000 บาท	42	19.35
5,001 -10,000 บาท	75	34.56
10,001 – 30,000 บาท	44	20.28
30,001 – 50,000 บาท	19	8.76
50,001 บาทขึ้นไป	18	8.29
ผู้ที่ไม่ตอบ	5	2.30
รวม	217	99.99

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพงง ที่ไม่มีรายได้ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.45 ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 19.35 ที่มีรายได้ระหว่าง 5,001 –10,000 บาท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 34.56 ที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 30,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 20.28 ที่มีรายได้ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 8.76 ที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 8.29 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30

ตารางที่ 7 : อาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	9	4.15
พนักงานบริษัทเอกชน	61	28.11
แม่บ้าน	8	3.69
เกษตรกร	30	13.82
นักเรียน/นักศึกษา	29	13.36
กิจการส่วนตัว	58	26.73
อื่น ๆ	15	6.91
ผู้ที่ไม่ตอบ	7	3.23
รวม	217	100

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีอาชีพ ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.15 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 28.11 แม่บ้าน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 3.69 เกษตร จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 13.82 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 13.36 กิจการส่วนตัว จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 26.73 อื่น ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.91 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23

ตารางที่ 8 : กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ในภาคใด

อาศัยภาคใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพฯและปริมณฑล	87	40.09
ภาคเหนือ	1	0.46
ภาคกลาง	87	40.09
ภาคตะวันตก	2	0.92
ภาคตะวันออก	7	3.23
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1	0.46
ภาคใต้	7	3.23
ผู้ที่ไม่ตอบ	25	11.52
รวม	217	100

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพรงพาง อาศัยในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 40.09 ในภาคเหนือ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.46 ในภาคกลาง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 40.09 ในภาคตะวันตก จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.92 ในภาคตะวันออก จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.46 ในภาคใต้ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 11.52

ส่วนที่ 2 : สำหรับนักท่องเที่ยว ปรากฏตามตารางและรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 9 : นิยมท่องเที่ยวที่ใด

ท่องเที่ยวที่ใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ในประเทศ	85	72.03
ต่างประเทศ	31	26.27
ผู้ที่ไม่ตอบ	2	1.69
รวม	118	99.99

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ที่นิยมท่องเที่ยวในประเทศ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 72.03 นิยมท่องเที่ยวต่างประเทศ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 26.27 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.69

ตารางที่ 10 : จำนวนการท่องเที่ยว/ปี

ท่องเที่ยวปีละ...ครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
0-1 ครั้ง	12	10.17
2-5 ครั้ง	86	72.88
6-9 ครั้ง	7	5.93
10 ครั้งขึ้นไป	4	3.39
ผู้ที่ไม่ตอบ	9	7.63
รวม	118	100

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ท่องเที่ยวปีละ 0-1 ครั้ง มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.17 ปีละ 2-5 ครั้ง มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 72.88 ปีละ 6-9 ครั้ง มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.93 ปีละ 10 ครั้งขึ้นไป มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.39 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.63

ตารางที่ 11 : เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร

เดินทางเกี่ยวกับใคร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คนเดียว	5	4.24
ครอบครัว	50	42.37
เพื่อน	61	51.69
อื่น	0	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	2	1.69
รวม	118	99.99

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง เดินทางคนเดียว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.24 เดินทางกับครอบครัว จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 42.37 เดินทางกับเพื่อน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 51.69 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.69

ตารางที่ 12 : จำนวนคนร่วมเดินทาง

จำนวนคนร่วมเดินทาง ... คน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 คน	6	5.08
2 คน	17	14.41
3-5 คน	81	68.64
มากกว่า 5 คน	14	11.86
ผู้ที่ไม่ตอบ	0	0
รวม	118	99.99

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง คนร่วมเดินทาง 1 คน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08 คนร่วมเดินทาง 2 คน จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.41 คนร่วมเดินทาง 3 -5 คน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 68.64 คนร่วมเดินทางมากกว่า 5 คน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.86 และไม่มีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 13 : ปัจจัยในการท่องเที่ยว

ปัจจัยการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่าย	39	33.05
บุคคลที่จะไปด้วย	12	10.17
เวลา	60	50.84
อื่น ๆ	6	5.08
ผู้ที่ไม่ตอบ	1	0.85
รวม	118	99.99

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพางที่เป็นปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยว คือ ค่าใช้จ่าย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 33.05 บุคคลที่จะไปด้วย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.17 เวลา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 50.84 ปัจจัยด้านอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.85

ตารางที่ 14 : นิยมการท่องเที่ยวแบบใด

ท่องเที่ยวแบบใด	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เชิงเกษตร	11	9.32
เชิงนิเวศ	52	44.07
เชิงอนุรักษ์	45	38.14
อื่น ๆ	6	5.08
ผู้ที่ไม่ตอบ	4	3.39
รวม	118	100

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง นิยมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.32 นิยมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 44.07 นิยมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 38.14 นิยมการท่องเที่ยวแบบอื่น ๆ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.39

ตารางที่ 15 : เคยมาท่องเที่ยวหรือไม่

เคยมาเที่ยวหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคย	76	64.41
ไม่เคย	41	34.74
ผู้ที่ไม่ตอบ	1	0.85
รวม	118	100

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพรงพาง ที่เคยมาเที่ยว จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 64.41 ที่ไม่เคยมาเที่ยว จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.74 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.85

ตารางที่ 16 : นักท่องเที่ยวรู้จักหมู่บ้านปลายโพรงพางจากแหล่งใด

ทราบจากแหล่งใด	ร้อยละ
ทางทีวี	2.54
ทางสื่อสิ่งพิมพ์	14.41
เพื่อน /ญาติ /คนรู้จัก	47.46
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	40.68
อื่น ๆ	4.24
ผู้ที่ไม่ตอบ	0.85

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพรงพาง ทราบจาก ทางทีวี ร้อยละ 2.54 ของจำนวนนักท่องเที่ยว ทางสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 14.41 ของจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ร้อยละ 47.46 ของจำนวนนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้อยละ 40.68 ของจำนวนนักท่องเที่ยว จากแหล่งอื่น ๆ ร้อยละ 4.24 ของจำนวนนักท่องเที่ยว และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 0.85 ของจำนวนนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 17 : จำนวนครั้งที่มาเที่ยว

มาเที่ยว ... ครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง	108	91.52
2 ครั้ง	8	6.78
3 ครั้ง	1	0.85
มากกว่า 3 ครั้ง	1	0.85
ผู้ที่ไม่ตอบ	0	0
รวม	118	100

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มาเที่ยว 1 ครั้ง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 91.52 มาเที่ยว 2 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.78 มาเที่ยว 3 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.85 มาเที่ยวมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.85 และไม่มีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 18 : จำนวนวันที่เข้าพัก

จำนวนวันที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2 วัน	105	88.98
มากกว่า 2 วัน	6	5.08
ผู้ที่ไม่ตอบ	7	5.93
รวม	118	99.99

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ที่เข้าพัก 2 วัน จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 88.98 ที่เข้าพักมากกว่า 2 วัน จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.93

ตารางที่ 19 : สถานที่ที่เคยเข้าพัก

สถานที่ที่เคยเข้าพัก	ร้อยละ
บ้านท้ายหาด	21.19
บ้านทองหยิบ	2.54
อื่น ๆ	10.17
ผู้ที่ไม่ตอบ	66.10

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง เคยพักที่บ้านท้ายหาด ร้อยละ 21.19 ของจำนวนนักท่องเที่ยว เคยพักที่บ้านทองหยิบ ร้อยละ 2.54 ของจำนวนนักท่องเที่ยว เคยพักที่อื่น ๆ ร้อยละ 10.17 ของจำนวนนักท่องเที่ยว และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม ร้อยละ 66.10 ของจำนวนนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อบริการด้านต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 20 : ความรู้สึกด้านการจอง คำแนะนำ การติดต่อ

ความรู้สึกด้านการจอง การติดต่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	25	21.19
พอใจ	54	45.76
เฉย ๆ	33	27.97
ไม่พอใจ	0	0
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	0	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	6	5.08
รวม	118	100

จากตารางที่ 20 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีความรู้สึกด้านการจอง คำแนะนำ การติดต่อ ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 21.19 รู้สึกพอใจ จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 45.76 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 27.97 ไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่รู้สึกไม่พอใจและไม่พอใจอย่างยิ่ง และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08

ตารางที่ 21 : ความรู้สึกด้านการบริการ/ความเป็นมิตร

ความรู้สึกด้านการบริการ/ความเป็นมิตร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	30	25.42
พอใจ	62	52.54
เฉย ๆ	20	16.95
ไม่พอใจ	0	0
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	0	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	6	5.09
รวม	118	100

จากตารางที่ 21 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีความรู้สึกด้านการบริการ / ความเป็นมิตร ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.42 รู้สึกพอใจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 52.54 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 16.95 ไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่รู้สึกไม่พอใจและไม่พอใจอย่างยิ่ง และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.09

ตารางที่ 22 : ความรู้สึกด้านความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยว

ความรู้สึกด้านความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	16	13.56
พอใจ	60	50.85
เฉย ๆ	34	28.81
ไม่พอใจ	0	0
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	1	0.85
ผู้ที่ไม่ตอบ	7	5.93
รวม	118	100

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีความรู้สึกด้านความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยว ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56 รู้สึกพอใจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 50.85 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.81 ไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่รู้สึกไม่พอใจ รู้สึกไม่พอใจอย่างยิ่ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.85 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.93

ตารางที่ 23 : ความรู้สึกด้านราคาค่าบริการ

ความรู้สึกด้านราคาค่าบริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	11	9.32
พอใจ	60	50.85
เฉย ๆ	38	32.20
ไม่พอใจ	3	2.54
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	0	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	6	5.09
รวม	118	100

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพรงพาง มีความรู้สึกด้านราคาค่าบริการ ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.32 รู้สึกพอใจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 50.85 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 32.20 รู้สึกไม่พอใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.54 ไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจอย่างยิ่ง และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.09

ตารางที่ 24 : ความรู้สึกด้านการรักษาสภาพแวดล้อม

ความรู้สึกด้านการรักษาสภาพแวดล้อม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	24	20.34
พอใจ	71	60.17
เฉย ๆ	14	11.86
ไม่พอใจ	2	1.69
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	0	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	7	5.93
รวม	118	99.99

จากตารางที่ 24 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีความรู้สึกด้านการรักษาสภาพแวดล้อม ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.34 รู้สึกพอใจจำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 60.17 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.86 รู้สึกไม่พอใจ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.69 ไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจอย่างยิ่ง และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.93

ตารางที่ 25 : ความรู้สึกด้านคุณภาพและรสชาติของอาหาร

ความรู้สึกด้านคุณภาพและรสชาติของอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	52	44.07
พอใจ	41	34.75
เฉย ๆ	17	14.41
ไม่พอใจ	0	0
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	0	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	8	6.77
รวม	118	100

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีความรู้สึกด้านคุณภาพและรสชาติของอาหาร ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 44.07 รู้สึกพอใจจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 14.41 ไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่รู้สึกไม่พอใจและไม่พอใจอย่างยิ่ง และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.77

ตารางที่ 26 : ความรู้สึกด้านพาหนะ

ความรู้สึกด้านพาหนะ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	21	17.80
พอใจ	63	53.39
เฉย ๆ	15	12.71
ไม่พอใจ	3	2.54
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	0	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	16	13.56
รวม	118	100

จากตารางที่ 26 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพรงพาง มีความรู้สึกด้านพาหนะ ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 รู้สึกพอใจ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 53.39 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.71 รู้สึกไม่พอใจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.54 ไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจอย่างยิ่ง และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56

ตารางที่ 27 : ความรู้สึกด้านบริการของมัคคุเทศก์

ความรู้สึกด้านบริการของมัคคุเทศก์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	23	19.49
พอใจ	58	49.15
เฉย ๆ	31	26.27
ไม่พอใจ	1	0.85
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	0	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	5	4.24
รวม	118	100

จากตารางที่ 27 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพรงพาง มีความรู้สึกด้านบริการของมัคคุเทศก์ ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.49 รู้สึกพอใจ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 49.15 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 26.27 รู้สึกไม่พอใจ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.85 ไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจอย่างยิ่ง และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 4.24

ตารางที่ 28 : ความรู้สึกด้านความสามารถของมัคคุเทศก์

ความรู้สึกด้านความสามารถของมัคคุเทศก์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	25	21.19
พอใจ	60	50.85
เฉย ๆ	11	9.32
ไม่พอใจ	4	3.39
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	0	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	18	15.25
รวม	118	100

จากตารางที่ 28 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีความรู้สึกด้านความสามารถของมัคคุเทศก์ ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 21.19 รู้สึกพอใจ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 50.85 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.32 รู้สึกไม่พอใจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 3.39 ไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่พอใจอย่างยิ่ง และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25

ตารางที่ 29 : ความรู้สึกด้านการบริหารเวลา

ความรู้สึกด้านการบริหารเวลา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	11	9.32
พอใจ	62	52.54
เฉย ๆ	29	24.58
ไม่พอใจ	7	5.93
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	2	1.69
ผู้ที่ไม่ตอบ	7	5.93
รวม	118	99.99

จากตารางที่ 29 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีความรู้สึกด้านการบริหารเวลา ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.32 รู้สึกพอใจ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 52.54 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.58 รู้สึกไม่พอใจ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.93 รู้สึกไม่พอใจอย่างยิ่ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.69 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.93

ตารางที่ 30 : ความรู้สึกด้านความปลอดภัย

ความรู้สึกด้านความปลอดภัย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	12	10.17
พอใจ	29	24.58
เฉย ๆ	52	44.07
ไม่พอใจ	16	13.56
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	3	2.54
ผู้ที่ไม่ตอบ	6	5.08
รวม	118	100

จากตารางที่ 30 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพรงพาง มีความรู้สึกด้านความปลอดภัย ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.17 รู้สึกพอใจ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.58 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 44.07 รู้สึกไม่พอใจ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.56 รู้สึกไม่พอใจอย่างยิ่ง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.54 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.08

ตารางที่ 31 : ความรู้สึกด้านการทำงานร่วมกันของชุมชน

ความรู้สึกด้านการทำงานร่วมกันของชุมชน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พอใจอย่างยิ่ง	21	17.80
พอใจ	56	47.46
เฉย ๆ	32	27.12
ไม่พอใจ	0	0
ไม่พอใจอย่างยิ่ง	0	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	9	7.62
รวม	118	100

จากตารางที่ 31 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีความรู้สึกด้านการทำงานร่วมกันของชุมชน ดังนี้ รู้สึกพอใจอย่างยิ่ง จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 17.80 รู้สึกพอใจ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 47.46 รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 27.12 ไม่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่รู้สึกไม่พอใจและไม่พอใจอย่างยิ่ง และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.62

ตารางที่ 32 : ต้องการกลับมาเที่ยวอีก

ท่านจะกลับมาเที่ยวอีกหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลับมา	81	68.64
ไม่กลับมา	37	31.36
รวม	118	100

จากตารางที่ 32 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง มีความรู้สึกที่จะกลับมาเที่ยวอีก จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 68.64 มีความรู้สึกไม่อยากจะกลับมาเที่ยวอีก จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 31.36

ตารางที่ 33 : เหตุผลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว/กลับมาเที่ยว

	อันดับที่ 1 (คะแนน)	อันดับที่ 2 (คะแนน)	อันดับที่ 3 (คะแนน)	อันดับที่ 4 (คะแนน)	อันดับที่ 5 (คะแนน)
การบริการด้านการจอง คำแนะนำ การติดต่อ	5	1	3	5	-
การบริการ/ความเป็นมิตรของ เจ้าของบ้าน	23	14	12	4	9
ความเหมาะสมของโปรแกรมการ ท่องเที่ยว	19	9	3	1	4
ด้านราคาค่าบริการ	28	24	5	7	3
การรักษาสภาพแวดล้อม	19	15	17	5	8
คุณภาพและรสชาติของอาหาร	6	16	16	10	6
บริการด้านพาหนะ	2	10	16	5	4
การบริการของมัคคุเทศก์	1	6	9	15	8
ความรู้ ความสามารถของ มัคคุเทศก์	2	4	7	15	16
การบริหารเวลาในการนำเที่ยว	1	1	3	13	14
ระบบการรักษาความปลอดภัย	3	1	3	7	13
การทำงานร่วมกันของชุมชน	2	6	2	6	9
ผู้ที่ไม่ตอบ	5 คน				

จากตารางที่ 33 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ได้ให้เหตุผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยคะแนนอันดับที่ 1 ของการมาท่องเที่ยว ดังนี้ ลำดับที่ 1 ทางด้านราคาค่าบริการ โดยให้ความสำคัญจำนวน 28 คะแนนของนักท่องเที่ยว ลำดับที่ 2 ทางด้านความมิตรของเจ้าของบ้าน ให้ความสำคัญจำนวน 23 คะแนนของนักท่องเที่ยว ลำดับที่ 3 ทางด้านการรักษาสภาพแวดล้อม ให้ความสำคัญจำนวน 19 คะแนนของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ได้ให้เหตุผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยคะแนนอันดับที่ 2 ของการมาท่องเที่ยว ดังนี้ ลำดับที่ 1 ทางด้านราคาค่าบริการ โดยให้ความสำคัญจำนวน 24 คะแนนของนักท่องเที่ยว ลำดับที่ 2 คุณภาพและรสชาติของอาหาร โดยให้ความสำคัญจำนวน

16 คะแนนของนักท่องเที่ยว ลำดับที่ 3 การรักษาสภาพแวดล้อม ให้ความสำคัญจำนวน 15 คะแนนของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ได้ให้เหตุผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยคะแนนอันดับที่ 3 ของการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ ลำดับที่ 1 การรักษาสภาพแวดล้อม โดยให้ความสำคัญจำนวน 17 คะแนนของนักท่องเที่ยว ลำดับที่ 2 คุณภาพและรสชาติของอาหาร โดยให้ความสำคัญจำนวน 16 คะแนนของนักท่องเที่ยว ลำดับที่ 3 บริการด้านพาหนะ ให้ความสำคัญจำนวน 16 คะแนนของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ได้ให้เหตุผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยคะแนนอันดับที่ 4 ของการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ ลำดับที่ 1 ความสามารถของมัคคุเทศก์ โดยให้ความสำคัญจำนวน 15 คะแนนของนักท่องเที่ยว ลำดับที่ 2 การบริการของมัคคุเทศก์ โดยให้ความสำคัญจำนวน 15 คะแนนของนักท่องเที่ยว ลำดับที่ 3 การบริหารเวลา ให้ความสำคัญจำนวน 13 คะแนนของนักท่องเที่ยว

กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ได้ให้เหตุผลในการตัดสินใจท่องเที่ยวด้วยคะแนนอันดับที่ 5 ของการมาท่องเที่ยวครั้งนี้ ลำดับที่ 1 ความสามารถของมัคคุเทศก์ โดยให้ความสำคัญจำนวน 16 คะแนนของนักท่องเที่ยว ลำดับที่ 2 การบริหารเวลา โดยให้ความสำคัญจำนวน 14 คะแนนของนักท่องเที่ยว ลำดับที่ 3 ระบบการรักษาความปลอดภัยให้ความสำคัญจำนวน 13 คะแนนของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นทั่วไป ปรากฏตามตารางและรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 34 : ต้องการให้มีการท่องเที่ยวหรือไม่

ต้องการให้มีการท่องเที่ยวหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการ	208	95.85
ไม่ต้องการ	7	3.23
ผู้ที่ไม่ตอบ	2	0.92
รวม	217	100

จากตารางที่ 34 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพรงพาง ต้องการให้มีการท่องเที่ยว จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 95.85 ไม่ต้องการให้มีการท่องเที่ยว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.23 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.92

ตารางที่ 35 : ต้องการมีส่วนร่วมหรือไม่

ต้องการมีส่วนร่วมหรือไม่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการ	107	49.31
ไม่ต้องการ	110	50.69
ผู้ที่ไม่ตอบ	0	0
รวม	217	100

จากตารางที่ 35 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพรงพาง ต้องการมีส่วนร่วม จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 49.31 และไม่ต้องการให้มีส่วนร่วม จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 50.69 และไม่มีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 36 : ต้องการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมตามลำดับ

อันดับ	กิจกรรมร่วม	ร้อยละ
อันดับ 1	ให้สถานที่พักแก่นักท่องเที่ยว	19.35
อันดับ 2	นำเที่ยวชมภายในชุมชน	16.59
อันดับ 3	ขายของที่ระลึก	14.29
อันดับ 4	ขายอาหารและเครื่องดื่ม	13.36
อันดับ 5	ร่วมเป็นคณะกรรมการบริหาร	6.91
อันดับ 6	ร่วมลงทุน	1.84
อันดับ 7	นำเงินไป	0

จากตารางที่ 36 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมดังนี้ อันดับที่ 1 ให้สถานที่พักแก่นักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 19.35 อันดับที่ 2 นำเที่ยวชมภายในชุมชน คิดเป็นร้อยละ 16.59 อันดับที่ 3 ขายของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 14.29 อันดับที่ 4 ขายอาหารและเครื่องดื่มคิดเป็นร้อยละ 13.36 อันดับที่ 5 ร่วมเป็นคณะกรรมการบริหาร คิดเป็นร้อยละ 6.91 และอันดับที่ 6 ร่วมลงทุน คิดเป็นร้อยละ 1.84

ตารางที่ 37 : ต้องการให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ

อันดับ	สิ่งอำนวยความสะดวก	ร้อยละ
อันดับ 1	ร้านขายอาหารและของที่ระลึก	72.35
อันดับ 2	โทรศัพท์สาธารณะ	26.73
อันดับ 3	ที่พัก	24.88
อันดับ 4	ลานจอดรถ	24.88
อันดับ 5	ห้องน้ำ	24.42
อันดับ 6	ถนนลาดยาง	22.58
อันดับ 7	ทางเดินศึกษาธรรมชาติ	20.74
อันดับ 8	ป้ายบอกทาง	17.97
อันดับ 9	ป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยว	17.05
อันดับ 10	ระบบกำจัดของเสีย	15.67
อันดับ 11	ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	12.44
อันดับ 12	ระบบน้ำใช้	11.52
อันดับ 13	สถานพยาบาล	9.21

จากตารางที่ 37 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ต้องการให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกดังนี้ อันดับที่ 1 ร้านขายอาหารและของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 72.35 อันดับที่ 2 โทรศัพท์สาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 26.73 อันดับที่ 3 ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 24.88 อันดับที่ 4 ลานจอดรถ คิดเป็นร้อยละ 24.88 อันดับที่ 5 ห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 24.42 อันดับที่ 6 ถนนลาดยาง คิดเป็นร้อยละ 22.58 อันดับที่ 7 ทางเดินศึกษาธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 20.74 อันดับที่ 8 ป้ายบอกทาง คิดเป็นร้อยละ 17.97 อันดับที่ 9 ป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 17.05 อันดับที่ 10 ระบบกำจัดของเสีย คิดเป็นร้อยละ 15.67 อันดับที่ 11 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 12.44 อันดับที่ 12 ระบบน้ำใช้ คิดเป็นร้อยละ 11.52 และอันดับที่ 13 สถานพยาบาล คิดเป็นร้อยละ 9.21

ตารางที่ 38 : ผลกระทบต่อชุมชน ตามลำดับ

อันดับ	ผลกระทบ	ร้อยละ
อันดับ 1	ทำให้ชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก	51.61
อันดับ 2	ชุมชนมีการพัฒนามากขึ้น	41.47
อันดับ 3	ทำให้เกิดอาชีพเสริม	33.64
อันดับ 4	มีรายได้เพิ่มมากขึ้น	31.80
อันดับ 5	เกิดความร่วมมือในชุมชนมากขึ้น	25.35
อันดับ 6	ค่าครองชีพสูงขึ้น	7.37
อันดับ 7	ทำให้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหาย	6.91
อันดับ 8	ทำให้เกิดมลภาวะ/มลพิษ	5.07
อันดับ 9	ทำให้วัฒนธรรมและความเชื่อเปลี่ยนไป	2.76
อันดับ 10	ทำให้เกิดปัญหาแพ้อาหารของยาเสพติด	0.46
	ผู้ที่ไม่ตอบ	1.84

จากตารางที่ 38 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ได้ให้เหตุผลของผลกระทบต่อชุมชนดังนี้ อันดับที่ 1 ทำให้ชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก คิดเป็นร้อยละ 51.61 อันดับที่ 2 ชุมชนมีการพัฒนามากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 41.47 อันดับที่ 3 ทำให้เกิดอาชีพเสริม คิดเป็นร้อยละ 33.64 อันดับที่ 4 มีรายได้เพิ่มมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 31.80 อันดับที่ 5 เกิดความร่วมมือในชุมชนมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 25.35 อันดับที่ 6 ค่าครองชีพสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 7.37 อันดับที่ 7 ทำให้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหาย คิดเป็นร้อยละ 6.91 อันดับที่ 8 ทำให้เกิดมลภาวะ/มลพิษ คิดเป็นร้อยละ 5.07 อันดับที่ 9 ทำให้วัฒนธรรมและความเชื่อเปลี่ยนไป คิดเป็นร้อยละ 2.76 อันดับที่ 10 ทำให้เกิดปัญหาแพ้อาหารของยาเสพติด คิดเป็นร้อยละ 0.46 และมีผู้ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 1.84

ตารางที่ 39 : การจัดอบรม

จัดมีการอบรมแก่ชาวบ้าน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต้องการ	203	93.55
ไม่ต้องการ	11	5.07
ผู้ที่ไม่ตอบ	3	1.38
รวม	217	100

จากตารางที่ 39 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ต้องการให้รัฐจัดการอบรมแก่ชาวบ้าน จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 93.55 ไม่ต้องการให้รัฐจัดการอบรมแก่ชาวบ้าน จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 5.07 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถามจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.38

ตารางที่ 40 : ต้องการรัฐบาลสนับสนุน

การสนับสนุนจากภาครัฐ	ร้อยละ
เรื่องประเพณีเห่เรือ	50.23
เรื่องเทศกาลอาหารและผลไม้	49.77
เรื่องประชาสัมพันธ์จังหวัดอย่างต่อเนื่อง	66.36
อื่น ๆ	0
ผู้ที่ไม่ตอบ	6.41

จากตารางที่ 40 พบว่า กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ต้องการให้รัฐบาลสนับสนุนกิจกรรมเรื่องประเพณีเห่เรือ คิดเป็นร้อยละ 50.23 เรื่องเทศกาลอาหารและผลไม้ คิดเป็นร้อยละ 49.77 เรื่องประชาสัมพันธ์จังหวัดอย่างต่อเนื่อง คิดเป็นร้อยละ 66.36 และมีผู้ที่ไม่ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 6.41

จากผลของแบบสอบถาม และสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่หมู่บ้านปลายโพงพาง ส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในหมู่บ้านปลายโพงพางแห่งนี้ จะมาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ซึ่งสื่อที่ได้รับมานั้นจากการแนะนำและบอกต่อกันมาจากเพื่อนหรือญาติ จากการสังเกตและสัมภาษณ์พูดคุยกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวพอใจอย่างยิ่งกับการเข้ามาเที่ยวในหมู่บ้านแห่งนี้ ทั้งในด้านราคาค่าบริการ ความเป็นมิตรของเจ้าของบ้าน คุณภาพของอาหาร โปรแกรมการท่องเที่ยวและความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยวจากมัคคุเทศก์ และจากการสัมภาษณ์พูดคุยกับชาวบ้านหมู่บ้านปลายโพงพางนี้ ประชาชนส่วนใหญ่มีความสนใจทางด้านการอนุรักษ์การท่องเที่ยว และมีความต้องการเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากทำให้เศรษฐกิจความเป็นอยู่ของชุมชนดีขึ้น ทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มมากขึ้น โดยต้องการเข้าร่วมในการให้ที่พักแก่นักท่องเที่ยว คนขับเรือก็มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการนำนักท่องเที่ยวเที่ยวชมหิ่งห้อย ส่วนความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อมาพัฒนาท้องถิ่น เช่น ได้รับบริการโทรศัพท์สาธารณะ ลานจอดรถ การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐด้านการอบรมทักษะภาษาต่างประเทศและอบรมความรู้ความเข้าใจของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม การสนับสนุนการฟื้นฟูประเพณี และเทศกาลอาหารและผลไม้ และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ผลการวิเคราะห์และวิจัย

ตารางที่ 41 การสรุปผลเปรียบเทียบระหว่าง รายได้ต่อเดือนกับบุคคลที่ร่วมเดินทาง

รายได้ต่อเดือน * บุคคลที่ร่วมเดินทาง Crosstabulation

Count

		บุคคลที่ร่วมเดินทาง			Total
		ไปคนเดียว	ไปกับครอบครัว	ไปกับเพื่อนสนิท	
รายได้ต่อเดือน	ไม่มีรายได้		10	1	11
	ต่ำกว่า 5,000 บาท		1	1	2
	5,001-10,000 บาท		5	27	32
	10,001-30,000 บาท	1	15	20	36
	30,001-50,000 บาท	3	10	6	19
	50,001 บาทขึ้นไป	1	12	5	18
Total		5	53	60	118

จากตาราง 41 ได้นำรายได้ต่อเดือนและบุคคลที่ร่วมเดินทาง มาเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์กัน และนำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนมีผลต่อประเภทบุคคลที่ร่วมเดินทางที่เท่ากัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนมีผลต่อประเภทบุคคลที่ร่วมเดินทางที่ไม่เท่ากัน

ตารางที่ 42 แสดงค่าเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนและประเภทบุคคลที่ร่วมเดินทาง

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	35.958	10	.000
Likelihood Ratio	37.395	10	.000
Linear-by-Linear Association	2.727	1	.099
N of Valid Cases	118		

a. 9 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

จากตาราง 42 ผลที่ได้พบว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อประเภทบุคคลที่ร่วมเดินทางที่ไม่เท่ากัน

ตารางที่ 43 การสรุปผลเปรียบเทียบระหว่าง รายได้ต่อเดือนกับวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไป

วัฒนธรรมเปลี่ยน * รายได้ต่อเดือน Crosstabulation

Count

		วัฒนธรรมเปลี่ยน		Total
		ไม่เลือก	เลือก	
รายได้ต่อเดือน	ไม่มีรายได้	14		14
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	42		42
	5,001-10,000 บาท	75	1	76
	10,001-30,000 บาท	44	2	46
	30,001-50,000 บาท	19	1	20
	50,001 บาทขึ้นไป	19		19
Total		213	4	217

จากตาราง 43 ได้นำรายได้ต่อเดือนและวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไป มาเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์กัน และนำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนมีผลต่อวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไปที่เท่ากัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนมีผลต่อวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไปที่ไม่เท่ากัน

ตารางที่ 44 แสดงค่าเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนและวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไป

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.222	5 ^a	.518
Likelihood Ratio	4.832	5	.437
Linear-by-Linear Association	1.046	1	.306
N of Valid Cases	217		

a. 6 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .26.

จากตาราง 44 ผลที่ได้พบว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไปที่เท่ากัน

ตารางที่ 45 การสรุปผลเปรียบเทียบระหว่าง รายได้ต่อเดือนกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ
เสียหาย

สภาพแวดล้อมเสีย * รายได้ต่อเดือน Crosstabulation

Count

		สภาพแวดล้อมเสีย		Total
		ไม่เลือก	เลือก	
รายได้ต่อเดือน	ไม่มีรายได้	14		14
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	38	4	42
	5,001-10,000 บาท	70	6	76
	10,001-30,000 บาท	42	4	46
	30,001-50,000 บาท	19	1	20
	50,001 บาทขึ้นไป	19		19
Total		202	15	217

จากตาราง 45 ได้นำรายได้ต่อเดือนและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหาย มาเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์กัน และนำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : รายได้ต่อเดือนมีผลต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายที่เท่ากัน

H_1 : รายได้ต่อเดือนมีผลต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายที่ไม่เท่ากัน

ตารางที่ 46 แสดงค่าเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหาย

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.351	5	.646
Likelihood Ratio	5.574	5	.350
Linear-by-Linear Association	.387	1	.534
N of Valid Cases	217		

a. 5 cells (41.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .97.

จากตาราง 46 ผลที่ได้พบว่า รายได้ต่อเดือนมีผลต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหาย

ตารางที่ 47 การสรุปผลเปรียบเทียบระหว่าง สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายกับวัฒนธรรม
ความเชื่อเปลี่ยนไป

สภาพแวดล้อมเสีย * วัฒนธรรมเปลี่ยน Crosstabulation

Count

		วัฒนธรรมเปลี่ยน		Total
		ไม่เลือก	เลือก	
สภาพแวดล้อมเสีย	ไม่เลือก	200	2	202
	เลือก	13	2	15
Total		213	4	217

จากตาราง 47 ได้นำสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายกับวัฒนธรรมความเชื่อ
เปลี่ยนไป มาเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์กัน และนำมาตั้งสมมติฐานได้ดังนี้

H_0 : สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายมีผลต่อวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไปที่เท่ากัน

H_1 : สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายมีผลต่อวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไปที่ไม่เท่ากัน

ตารางที่ 48 แสดงค่าเปรียบเทียบถึงความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายมี
ผลต่อวัฒนธรรมความเชื่อเปลี่ยนไป

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	11.758	1	.001		
Continuity Correction	5.925	1	.015		
Likelihood Ratio	5.654	1	.017		
Fisher's Exact Test				.025	.025
Linear-by-Linear Association	11.703	1	.001		
N of Valid Cases	217				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .28.

จากตาราง 48 ผลที่ได้พบว่า สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหายมีผลต่อวัฒนธรรมความ
เชื่อเปลี่ยนไปที่ไม่เท่ากัน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

ในการวิจัยเรื่อง “การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กรณีศึกษา หมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์ของธุรกิจท่องเที่ยว แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ เพื่อสรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในบริการของธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวทรงไทยแบบโฮมสเตย์ในหมู่บ้านปลายโพงพาง

จากผลการสำรวจธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ พบว่า เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 21-40 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 10,000-30,000 บาท ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล นิยมการท่องเที่ยวภายในประเทศ มีการเดินทางท่องเที่ยวปีละ 2-5 ครั้ง นิยมการเดินทางเป็นกลุ่ม 3-5 คน ไปกับเพื่อนและครอบครัว ปัจจัยสำคัญในการเดินทางขึ้นอยู่กับเวลาเป็นสำคัญ รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว โดยปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมเที่ยวตามสถานที่เที่ยวประเภทการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ส่วนใหญ่ทราบข่าวการท่องเที่ยวจากเพื่อน /ญาติ /คนรู้จัก

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในเรื่อง คุณภาพ และรสชาติของอาหารเป็นอันดับหนึ่ง แต่ไม่พึงพอใจกับระบบการรักษาความปลอดภัยต้องการให้ปรับปรุง โดยรวมแล้ว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและต้องการกลับมาเที่ยวอีก เนื่องจากเหตุผลที่เกี่ยวกับราคาค่าบริการ การบริการ/ความ เป็นมิตรของเจ้าของบ้านทรงไทย การรักษาสภาพแวดล้อม ความเป็นชุมชนบ้านทรงไทย ความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยว และคุณภาพและรสชาติของอาหาร ตามลำดับ

สิ่งที่ต้องการให้ท้องถิ่นได้มีการพัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านร้านค้า (ขายอาหารและของที่ระลึก) โทรศัพท์สาธารณะ ที่พัก ลานจอดรถและห้องน้ำ ตามลำดับ

ดังนั้น ทำให้ทราบว่า กลุ่มของนักท่องเที่ยว จะเป็นกลุ่มคนวัยทำงานและกลุ่มผู้มีครอบครัวแล้ว ชอบพาครอบครัวและเพื่อนมาท่องเที่ยว โดยเดินทางเป็นทีม/คณะ การเดินทางทุกครั้งให้ความสำคัญกับเวลา ทำให้ต้องจับประเด็นไปยังกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ที่ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ และมีศักยภาพในทางด้านการให้ความร่วมมือกับทางศูนย์บริการโครงการฯ ได้

อภิปรายผล

จากสรุปผลการศึกษา ทำให้วิเคราะห์อุปสงค์ อุปทานและระบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว บ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านปลายโพงพางได้ ดังนี้

อุปสงค์ของธุรกิจท่องเที่ยว

จากข้อมูลในแบบสอบถาม และที่ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยว บ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ ของหมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นเป็นลำดับ แต่เฉพาะในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์เท่านั้น ส่วนในวันธรรมดา จันทร์-ศุกร์ จะมีจำนวนน้อยมาก บางวันไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักเลย ซึ่งนักท่องเที่ยวมีจำนวนครั้งในการกลับมาท่องเที่ยวที่หมู่บ้านปลายโพงพางอีกมีจำนวนสูง

นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการความชอบในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตลอดจนนิยมเที่ยวในประเทศมากกว่าเที่ยวต่างประเทศ ต้องการที่จะให้พัฒนาในด้านระบบการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เนื่องจากระบบการรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้านยังไม่เป็นระบบที่ดี นักท่องเที่ยวยังกังวลใจถึงความปลอดภัยของตน

ปัจจัยสำคัญของการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในธุรกิจท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ คือเรื่องของเวลา รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

อุปทานของธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ในจังหวัดสมุทรสงครามมีแหล่งท่องเที่ยวที่จัดให้นักท่องเที่ยวไปไม่ได้ มีดังนี้ แหล่งประวัติศาสตร์โบราณคดี ได้แก่ บ้านเบญจรงค์ อุทยาน ร.2 วัดอัมพวัน วัดจุฬามณี วัดมุนีรัตนกวีทอง วัดบางกุ้ง เป็นต้น แหล่งธรรมชาติ ได้แก่ พายเรือชมหิ่งห้อย เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดชมเตาตาล งานเฉลิมพระเกียรติ ร.2 งานวันลิ้นจี่และของดีสมุทรสงคราม เป็นต้น

สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ทางหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ ได้จัดไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวนั้น คือ ในด้านของข้อมูลข่าวสาร โปรแกรมสื่อความหมาย จะได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ โดยหน่วยงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นสำคัญในการประชาสัมพันธ์ให้ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยบางส่วนได้มีผู้นุเคราะห์นำข้อมูลของโครงการฯ ไปเผยแพร่ให้ตามเว็บไซต์ของพวกเขา (ส่วนใหญ่จะเป็นเว็บไซต์การท่องเที่ยว) แต่ในส่วนของแผ่นพับ และป้ายบอกทางทางโครงการฯ จะเป็นผู้จัดทำขึ้น

เพื่อแจกให้กับผู้มาเยือน ในส่วนของนักท่องเที่ยวแล้ว หากได้รับความประทับใจจากการมาเยือนสถานที่แห่งนี้ จะบอกปากต่อปาก (BUZZ)

บ้านทรงไทยสำหรับให้บริการมีจำนวน 17 หลัง บ้านทรงไทยจะมีอายุตั้งแต่ 80-200 ปี โดยจะมีการปรับปรุงและทำความสะอาดไว้สำหรับรองรับผู้มาเยือน ส่วนนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักบ้านธรรมดาที่ไม่ใช่บ้านทรงไทย ทางโครงการฯ ได้จัดบ้านธรรมดาไว้รองรับเช่นกัน กรณีที่นักท่องเที่ยวกลัวบรรยากาศความเป็นบ้านไม้ หรือบ้านเก่า เป็นต้น

ห้องสุขาที่มีไว้สำหรับให้บริการกับนักท่องเที่ยว มีให้บริการทั้งที่จุดศูนย์บริการของโครงการฯ จำนวน 3 ห้อง และที่บ้านพักของนักท่องเที่ยวอย่างน้อยหลังละ 1 ห้อง ซึ่งทางเจ้าของบ้านฟ้าได้มีการดูแลในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำ และความสะอาดของน้ำที่ใช้ในห้องน้ำด้วย แต่อาจจะเป็นปัญหาสำหรับนักท่องเที่ยวเล็กน้อย เนื่องจากน้ำที่ทางหมู่บ้านใช้กันเป็นน้ำบาดาล และน้ำในลำคลองไม่ใช่น้ำประปา ทำให้น้ำมีความสกปรกอยู่บ้าง แต่ทางเจ้าของบ้านได้ดูแลด้วยการทำให้น้ำตกตะกอนก่อนให้บริการ

ลานจอดรถทางโครงการฯ ได้จัดไว้ที่ส่วนหน้าทางเข้าโครงการฯ และได้มีการปรับพื้นที่ให้เป็นระเบียบ แต่ในช่วงฤดูฝนจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความลำบาก ทั้งรถติดหล่ม รถสกปรก และในช่วงที่นักท่องเที่ยวมารวมทุกคนจะทำให้ไม่มีที่ให้จอดรถ ต้องจอดรถที่ด้านนอก แล้วนั่งมอเตอร์ไซด์/เดินเข้ามา

การคมนาคม/ยานพาหนะ จะมีเส้นทางคมนาคม 2 เส้นทาง คือ ทางรถยนต์และทางเรือ สำหรับนักท่องเที่ยวที่นำรถยนต์ส่วนตัวมาจะสะดวกกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง เนื่องจากเส้นทางซับซ้อน และจะลำบากสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่รู้จักเส้นทาง ทำให้เมื่อเดินทางมาลำบาก อาจเปลี่ยนใจไปพักที่อื่นที่มีบริการคล้ายคลึงกันได้ เนื่องจากทางโครงการฯ ไม่มีบริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยว สำหรับเส้นทางคมนาคมในการบริการท่องเที่ยวไปยังจุดต่าง ๆ จะใช้ทางเรือเพียงอย่างเดียว โดยการจ้างเรือของชาวบ้านในพื้นที่ใกล้เคียงไว้บริการนักท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับจำนวนของนักท่องเที่ยวว่ามีมากน้อยเพียงใด เมื่อได้ยอดนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางแล้วจึงโทรแจ้งกับเจ้าของเรือให้เข้ามารับนักท่องเที่ยวไปตามจุดต่าง ๆ ต่อไป

การบริการด้านอาหาร ทางโครงการฯ ได้จัดให้นักท่องเที่ยวรับประทานอาหารเช้าที่ศูนย์บริการโครงการฯ ซึ่งจัดอาหารเช้าไว้บริการให้กับนักท่องเที่ยว (คือตอนเย็น และตอนเช้าก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางออกไปท่องเที่ยวตามจุดต่าง ๆ) โดยการช่วยกันทำจากคนของโครงการฯ ที่จัดหน้าทีความรับผิดชอบไว้ (ซึ่งผู้รับหน้าที่นี้ได้ชื่อว่าเป็นแม่ครัวฝีมือดีของหมู่บ้าน) ถ้ามองในอีกแง่หนึ่งเหมือนเป็นการบังคับนักท่องเที่ยวให้รับประทานอาหารเช้าที่ทางโครงการฯ จัดไว้เท่านั้น ไม่มีสิทธิใน

การเลือกอาหารรับประทานเองได้ และไม่มีอาหารตามสั่งไว้บริการ (บางครั้งนักท่องเที่ยวก็ไม่ได้ชอบอาหารที่ชาวบ้านทำ แต่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกันมากกว่า)

การบริการด้านเครื่องดื่ม ที่มีไว้สำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือน ณ ศูนย์บริการโครงการฯ จะมีบริการน้ำเปล่าเพียงอย่างเดียว ไม่มีเครื่องดื่มอื่นไว้บริการ แต่มีน้ำอัดลม ชา/กาแฟวางจำหน่ายที่ศูนย์บริการโครงการฯ แต่ที่บ้านพักบ้านทรงไทย ทางเจ้าของบ้านจัดไว้สำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอยู่แล้ว ในตอนเช้าและเวลาที่นักท่องเที่ยวต้องการดื่ม

การบริการของที่ระลึก ณ ศูนย์บริการโครงการฯ ยังไม่มีวางจำหน่าย ที่มีจำหน่ายจะเป็นของชาวบ้านที่ไปชมการทำน้ำตาลมะพร้าวเท่านั้น ซึ่งสามารถจะสั่งซื้อได้เมื่อไปชมการทำน้ำตาลมะพร้าวที่สวนของชาวบ้าน หากมีสินค้าพอจำหน่ายนักท่องเที่ยวสามารถซื้อได้ทันที แต่กรณีที่ไม่ มีสินค้า ชาวบ้านที่ทำน้ำตาลมะพร้าวจะนำมาไว้ให้ที่ศูนย์บริการโครงการฯ

ระบบการรักษาความปลอดภัยของหมู่บ้าน ยังไม่ครอบคลุมเท่าที่ควร เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่ ตำรวจเข้ามาดูแลในส่วนของศูนย์บริการโครงการฯ เท่านั้น แต่ที่บ้านทรงไทยหลังอื่น ๆ ไม่มีตำรวจคอยตรวจตรา จะให้คนภายในหมู่บ้านคอยตรวจตราตนเอง ทำให้นักท่องเที่ยวยังห่วงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน นอกจากนี้ ในเรื่องของเสื้อชูชีพเมื่อต้องมีการลงเรือไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่มีให้กับนักท่องเที่ยว และมีเสื้อชูชีพไว้ในเรือบางลำเท่านั้น ไม่มีในเรือทุกลำ

กิจกรรมระหว่างที่พักที่บ้านทรงไทย ทางโครงการฯ จัดให้นักท่องเที่ยวร่วมกิจกรรมนั้น ได้แก่ พายเรือชมหิ่งห้อย นั่งเรือเที่ยวทางน้ำไปตามแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด ชมการทำน้ำตาลมะพร้าว หัดพายเรือ และใส่บาตรพระในตอนเช้า เป็นต้น

ระบบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว

กรอบการจัดการการท่องเที่ยว ทางโครงการฯ ยังไม่มีการจัดการในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

เป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวทราบถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศแบบยั่งยืน

ภารกิจ เน้นการบริการเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

วิธีการ ประกอบด้วยวิธีการขอความร่วมมือภายในชุมชน ในการร่วมมือกันดำเนินการทั้งทางด้านบ้านพัก อาหาร ผู้ประกอบการเดินเรือ รวมถึงบ้านที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการฯ และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลยังไม่เป็นรูปแบบ เนื่องจากข้อมูลที่ยังไม่ถูกต้องและไม่เพียงพอ กล่าวคือ

ให้เจ้าของบ้านทรงไทยที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าพัก เก็บเฉพาะความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวลงในสมุดเยี่ยม และทางศูนย์บริการโครงการฯ เก็บจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้งเท่านั้น ทำให้ยาที่จะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และประเมินผลการปฏิบัติงานของโครงการฯ ได้

มาตรการ ประกอบด้วยมาตรการด้านความสะอาด ในการทำความสะอาดห้องพักก่อนและหลังนักท่องเที่ยวเข้าพัก การทำความสะอาดห้องน้ำ รวมทั้งการทำความสะอาดบริเวณบ้าน ซึ่งยังไม่ดีเท่าที่ควร และมาตรการด้านการบริการ ได้แก่ การเตรียมอุปกรณ์ภายในห้องพักของนักท่องเที่ยว มีไม่เหมือนกันทั้งหมดแตกต่างกันไปตามแต่เจ้าของบ้านแต่ละหลังจะจัดเตรียม การต้อนรับนักท่องเที่ยวยังไม่ทั่วถึง เนื่องจากจำนวนพนักงานต้อนรับมีจำนวนน้อย ไม่เพียงพอแก่การให้บริการกับนักท่องเที่ยว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาพักเต็มจำนวน การบริการด้านการจอง แนะนำ การติดต่อ เกี่ยวกับการเข้าพักยังใช้การโทรศัพท์จอง และโทรตามนักท่องเที่ยวที่จองก่อนถึงเวลาเข้าพักประมาณ 3 ชั่วโมง การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวจะจัดให้เหมือนกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวที่ต้องการเช่าเรือเพื่อชมหิ่งห้อยต่างหากที่อยู่นอกโปรแกรม แต่ทางโครงการฯ จะโทรแจ้งให้คนเรื่อนำเรือมาบริการให้ การจัดนักท่องเที่ยวเข้าที่พักไม่เป็นระเบียบเท่าที่ควร ทำให้เกิดความวุ่นวายในช่วงที่จัดนักท่องเที่ยวลงเรือเพื่อไปส่งที่บ้านพัก ซึ่งนักท่องเที่ยวบางกลุ่มจะได้ไปเที่ยวก่อนนำสัมภาระไปเก็บไว้ที่บ้านพัก การบริหารด้านเวลา ยังไม่สามารถควบคุมได้ กรณีที่จำนวนนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากเกินการต้อนรับของเจ้าหน้าที่ ทำให้เวลาคลาดเคลื่อนไป 1-3 ชั่วโมง ซึ่งบางครั้งจะส่งผลกระทบต่อกิจกรรมถัดไป

กฎระเบียบ ปัจจุบันมีข้อบังคับตำบล เรื่อง การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตำบล และทางโครงการฯ ใช้ระบบครอบครัวมาบริหารงาน จึงทำให้กฎระเบียบมีความลดหย่อน ทำงานไม่เป็นระบบ

ผู้มีส่วนได้เสีย สำหรับโครงการฯ นี้ ผู้มีส่วนได้เสีย ได้แก่ ผู้ประกอบการโครงการฯ คนเรือพนักงานของโครงการฯ และเจ้าของบ้านทรงไทยที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าพัก แต่ในส่วนของประสบการณ์ที่จะได้รับการเข้าพักจะเป็นของนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือน ที่จะได้รับภายหลังการเข้ามาพักที่บ้านทรงไทย ประสบการณ์ดังกล่าว ได้แก่ วิธีการดำรงชีวิตของชาวบ้าน วิธีการทำน้ำตาลมะพร้าว วัฒนธรรมการบริโภค สำเนียงภาษา ประเพณี เป็นต้น

ทรัพยากรที่จำเป็นต่อการบริหารจัดการ ประกอบด้วย ทรัพยากรบุคคล ในโครงการฯ นี้มีกำนันธวัช บุญพืด เป็นหัวหน้าคอยควบคุมดูแลประสานงานกับทุกฝ่าย และจ้างคนในหมู่บ้าน (ส่วนใหญ่เป็นคนในครอบครัวของกำนันธวัช) เข้ามาเพื่อจัดการด้านสถานที่พัก การต้อนรับ การติดต่อประสานงานกับนักท่องเที่ยวจำนวน 2 คน ดูแลด้านอาหาร/เครื่องดื่มจำนวน 4 คน เป็นต้น และ

ทรัพยากรธรรมชาติ/สภาพแวดล้อม ที่ปัจจุบันได้รับความเสื่อมโทรมลง เนื่องจากไม่มีหน่วยงานใดเข้าไปฟื้นฟูแล้วยังไม่ได้รับการรักษาจากชาวบ้าน ตลอดจนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนก็ไม่ได้ช่วยกันอนุรักษ์สภาพแวดล้อมในระบบนิเวศของหมู่บ้าน

การติดตามประเมินผล ทางโครงการฯ ไม่ได้มีการประเมินผลที่ดีนัก เนื่องจาก ทางโครงการฯ จะมีการนัดประชุมกับสมาชิกในโครงการฯ เฉพาะกรณีเท่านั้น เมื่อใดที่มีปัญหา ข้อขัดแย้ง หรือมีประเด็นจึงจะนัดประชุมเท่านั้น ซึ่งบางครั้งความถี่ในการนัดประชุมมีน้อยมาก คือ 1-2 เดือนจึงจะนัดประชุมสักครั้ง ทำให้ไม่ได้มีการพูดคุยกันของคนในโครงการฯ ทำให้ปัญหาที่เกิดขึ้นไม่ได้รับการแก้ไขอย่างทันถ่วงที

คณะผู้จัดทำได้อภิปรายถึง "การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน กรณีศึกษาหมู่บ้านปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม" ว่า การที่จะจัดการธุรกิจท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ของหมู่บ้านปลายโพงพางนี้ ให้เป็นธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้นั้น มีปัจจัยแอบแฝงอยู่หลายประการ ทำให้ไม่สามารถทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวนี้ยั่งยืนได้ ซึ่งจะยั่งยืนได้ต้องได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ คนในชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนนักท่องเที่ยว/ผู้มาเยือน ในการร่วมมือกันทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ การดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมอันดีของชุมชนบ้านทรงไทย การรักษาความสะอาด ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของผู้มาเยือน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ผศ.ดร.ดรชณี เอมพันธุ์ ซึ่งทำการศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่จะต้องประกอบไปด้วย ด้านคุณภาพ ด้านความต่อเนื่อง และความสมดุลนั้น ทำให้ทางผู้จัดทำอภิปรายถึง

เนื่องจากปัจจุบันชุมชนบ้านทรงไทยยังขาดการสนับสนุนจากทางภาครัฐ ในด้านการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ และการรักษาความปลอดภัยจากเจ้าหน้าที่ตำรวจ ทางชาวบ้านเองก็นำวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวเข้ามาปนกับวัฒนธรรมของตน ทำให้วัฒนธรรมความเป็นชุมชนบ้านทรงไทย กำลังจะถูกกลืนด้วยวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ตลอดจนนักท่องเที่ยวที่ไม่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม เป็นเหตุทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ มีปัญหาในด้านคุณภาพ ด้านความต่อเนื่อง และด้านความสมดุล ซึ่งข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาทั้ง 3 ด้าน มีดังนี้

ด้านคุณภาพ

คุณภาพของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่จะได้รับจากการเข้ามาเที่ยว และพักอยู่ที่บ้านทรงไทยแห่งนี้ จะได้รับความรู้ในเชิงเกษตร และเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของชาวบ้านในหมู่บ้านอย่างใกล้ชิดตลอดจนสถานที่สำคัญ ๆ ต่าง ๆ ภายในจังหวัดสมุทรสงคราม ตามจุดที่พาไปชม

ปัญหา คือ ภาษาและการสื่อสารที่ผู้นำเที่ยวยังไม่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้เข้าใจได้ชัดเจน ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับประสบการณ์ที่มีคุณภาพกลับไปด้วยนั่นเอง

ดังนั้น ควรให้คำแนะนำกับมัคคุเทศก์สามารถใช้วิธีการสื่อสารให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้าใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณภาพ โดยการให้การฝึกอบรมทั้งจากภาครัฐ หน่วยงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และผู้เกี่ยวข้องกับสถานที่นำเที่ยวต่าง ๆ

ในด้านภาษาที่ต้องใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ควรจัดให้มีการอบรมเกี่ยวกับทักษะทางด้านภาษาอังกฤษขั้นพื้นฐานให้กับประชาชนในชุมชน โดยภาครัฐจะต้องช่วยส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชน สามารถ พูด อ่าน เขียนเบื้องต้นได้ในประโยคที่ต้องใช้ในการสื่อสารกัน เพื่อเป็นการเผยแพร่ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทราบได้ โดยในช่วงแรก ภาครัฐ อาจจะต้องส่งบุคลากรมาประจำ ณ จุดท่องเที่ยวนี้เพื่อคอยแนะนำ ช่วยเหลือชาวบ้านก่อน และส่งเจ้าหน้าที่มาประเมินผลทางด้านการใช้ภาษา และมาช่วยอบรมความรู้ความเข้าใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แก่ชาวบ้านรุ่นใหม่ ๆ เป็นระยะ ๆ

คุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น

หลังจากที่มีธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ ทำให้ชาวบ้านมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากเดิม เนื่องจากทำให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น คุณภาพชีวิตของชาวบ้านก็ดีขึ้นตามไปด้วย

คุณภาพของสิ่งแวดล้อม

ปัญหา คือ สิ่งแวดล้อมของหมู่บ้านปลายโพงพางนี้ ยังคงมีคุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่ดีอยู่ แต่มีบางส่วนที่ถูกทำลายไปภายหลังจากมีธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ นี้ ขึ้นมา เนื่องจากการเดินเรือมากขึ้น ทำให้สภาพตลิ่งแย่ง และลำคลองตื้นเขิน

ดังนั้น ทางภาครัฐ ควรมีส่วนช่วยในการซ่อมแซมตลิ่งและการลอกคูคลองในส่วนที่ตื้นเขินนี้ โดยชาวบ้านให้ความร่วมมือในการดำเนินงาน โดยจัดทำในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น เทศกาลวันขึ้นปีใหม่ เทศกาลวันสงกรานต์ เทศกาลวันเฉลิมพระชนมพรรษา เป็นต้น ซึ่งชุมชนจะเกิดความสามัคคี การร่วมทำงานเป็นหมู่คณะ ความเสียสละ ความมีน้ำใจ ที่จะช่วยกันพัฒนาชุมชน

นอกจากนั้น ทางภาครัฐ ควรช่วยในการจัดสรรงบประมาณมาพัฒนาชุมชน ในส่วนนี้ โดยเฉพาะ เพราะการท่องเที่ยวทางน้ำถือได้ว่าเป็นจุดเด่นของชุมชน เช่น การนั่งเรือชมหิ่งห้อย การที่พระสงฆ์พายเรือมาบิณฑบาตรในตอนเช้า เป็นต้น

ด้านความต่อเนื่อง

ความต่อเนื่องของทรัพยากร

เนื่องจากต้องมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้สามารถรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศ ตลอดจนให้ประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้อย่างต่อเนื่องนั้น

ปัญหา คือ ชาวบ้านยังไม่มีควมระมัดระวังในเรื่องความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติเท่าที่ควร สังเกตได้จากการพังทลายของตลิ่ง ลำคลองตื้นเขิน ปัญหาแหล่งน้ำเน่าเสีย จากการทิ้งขยะและสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวและชาวบ้านที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ และทำให้ระบบนิเวศของพื้นที่ในหมู่บ้านเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้ไม่เกิดความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ

ดังนั้น ชาวบ้านและทางภาครัฐต้องร่วมมือกันฟื้นฟู และอนุรักษ์สภาพทรัพยากรธรรมชาติภายในหมู่บ้านปลายโพงพาง โดยต้องชี้แจงให้กับนักท่องเที่ยวได้เข้าใจ และร่วมมือกันอนุรักษ์ระบบนิเวศของหมู่บ้านปลายโพงพางไว้ เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติได้คงอยู่เช่นนี้ต่อไปถึงรุ่นลูกหลาน ลดปัญหาความเสื่อมโทรมลงของแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบกับควรมีป้าย และจัดบอร์ดไว้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้อ่าน เป็นการย้ำเตือนนักท่องเที่ยว

ให้ทราบ นอกจากนั้น ควรเพิ่มจำนวนถังขยะไว้สำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งที่โครงการฯ ที่บ้านทรงไทยทุกหลัง บนเรือทุกลำที่นำเที่ยว เพื่อเป็นการลดปริมาณขยะที่นักท่องเที่ยวจะทิ้งนอกถังขยะได้

ความต่อเนื่องของวัฒนธรรม

วัฒนธรรมและประเพณีของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นนี้ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นที่ดี ได้แก่ วิถีชีวิตและการดำรงชีวิตที่เป็นเกษตรกร ทำสวน ทำน้ำตาลมะพร้าว ใช้เรือเป็นพาหนะเดินทาง มีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันของคนในชุมชนเดียวกันและกับนักท่องเที่ยว มีบ้านพักที่เป็นบ้านทรงไทยกันทั้งหมดบ้าน ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นจุดเด่นของชุมชนนี้ ที่สามารถเป็นสิ่งชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักอาศัยบ้านทรงไทย

ปัญหา คือ ความไม่ต่อเนื่องของวัฒนธรรม อันเนื่องมาจาก นักท่องเที่ยวเข้ามาพักอาศัยอยู่กับบ้านทรงไทย แล้วนำวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมาปรับเปลี่ยนวัฒนธรรม การเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชน เป็นการลอกเลียนแบบอย่างทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวโดยคนท้องถิ่น เช่น การดื่มชา/กาแฟ ในมือเข้าแทนอาหารเช้า ทั้งที่วัฒนธรรมนี้ไม่สัมพันธ์กับชีวิตการเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น ที่ต้องทำงานในสวน ใช้แรงมาก อีกอย่างคือ การปรับเปลี่ยนรูปแบบบ้านทรงไทยให้มีความทันสมัย เช่น การทำห้องน้ำให้เป็นแบบบ้านสมัยใหม่ ไม่คงความเป็นบ้านทรงไทยไว้ ทำให้ดูขัดตาของความเป็นบ้านทรงไทย เป็นต้น

สิ่งที่เป็นกังวลมากที่สุด คือ ชาวบ้านจะเอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวมากเกินไป จนทำให้วัฒนธรรมของพวกเขาเปลี่ยนไป ดังนั้น ชาวบ้านควรได้รับการแนะนำและชี้แนะจากภาครัฐ เพื่อให้ชาวบ้านได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ของการทำธุรกิจท่องเที่ยวประเภทนี้ ให้เข้าใจโดยต้องแท้ มิฉะนั้น ความเป็นวัฒนธรรมบ้านทรงไทยของชุมชนแห่งนี้จะไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เช่นนี้ต่อไป จะแสดงให้เห็นถึงความไม่ต่อเนื่องของวัฒนธรรม

ความต่อเนื่องของนักท่องเที่ยว

ความต่อเนื่องของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่บ่งบอกได้ว่า ธุรกิจท่องเที่ยวนี้จะอยู่ต่อไปได้หรือไม่อีกประเด็นหนึ่ง เนื่องจาก หากไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ย่อมทำให้ชาวบ้านมีรายได้ที่ไม่ต่อเนื่อง ส่งผลให้ไม่เป็นธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้นั่นเอง

ปัญหา คือ การเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้ไม่มีความต่อเนื่องนั่นเอง จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และช่วงเทศกาลต่าง ๆ เท่านั้น แต่ในวันธรรมดา

คือ วันจันทร์-ศุกร์ จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักอาศัยน้อย ทำให้รายได้ของชาวบ้านขาดหายไปและไม่ต่อเนื่อง การจ้างงานก็ไม่ต่อเนื่องตามไปด้วย ส่งผลให้รายได้ที่ได้มาไม่ต่อเนื่อง

ดังนั้น จึงเป็นการยากที่จะแก้ปัญหานี้ แต่ภาครัฐสามารถช่วยได้ โดยการประชาสัมพันธ์ให้มีการท่องเที่ยว ในช่วงวันธรรมดาเพิ่มมากขึ้น (ซึ่งปัจจุบันทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำลังดำเนินการอยู่) นั่นก็หมายถึง กำลังอยู่ในช่วงของการดูแลของการดำเนินงานของทางภาครัฐว่าจะได้ผลเป็นเช่นไร สามารถทำให้อุรกิจท่องเที่ยวยั่งยืนได้จริงหรือไม่นั่นเอง

ด้านความสมดุล

ความสมดุลระหว่างความต้องการของภาครัฐ และชุมชนท้องถิ่น

เนื่องจาก ธุรกิจหมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ เป็นธุรกิจที่ทางภาครัฐ และชุมชนท้องถิ่นให้การสนับสนุนและร่วมมือกันเป็นอย่างดีตั้งแต่แรกจนถึงปัจจุบัน และผลของการดำเนินงานก็เป็นไปในทางบวกมากกว่าทางลบ คือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเข้ามาพักในบ้านทรงไทย ได้เรียนรู้และสัมผัสถึงวิถีชีวิตของชาวสวน ชาวบ้านมีรายได้เพิ่ม ได้รับการจ้างงานเพิ่ม ทำให้คุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นดีขึ้น และสิ่งแวดล้อมยังคงอยู่ในสภาพที่ดี

ปัญหา คือ ความต้องการของภาครัฐ และชุมชนท้องถิ่น ยังไม่มีความสมดุลกันเท่าที่ควร เนื่องจากภาครัฐต้องการชื่อเสียง แต่งบประมาณไม่มีมาสนับสนุน ส่วนทางชุมชนท้องถิ่นต้องการความต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักอาศัย แต่ยังเป็นไปไม่ได้ เนื่องจากมีปัจจัยหลายอย่าง แอบแฝง ทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่อง

ดังนั้นในส่วน of ความต้องการของทางภาครัฐ คือ จะต้องได้รับการสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณเข้ามาช่วยสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวนี้ เพื่อร่วมกันปรับปรุงสภาพแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ ให้คงอยู่เช่นนี้ต่อไปอย่างต่อเนื่อง ในส่วนของความต้องการของชาวบ้าน คงต้องมีการสนับสนุนจากทางภาครัฐในการประชาสัมพันธ์ และชาวบ้านเองก็ต้องร่วมมือกันประชาสัมพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยวนี้ด้วย ด้วยการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด จะได้กลับมาเที่ยวอีกอย่างต่อเนื่องนั่นเอง

พันธะสัญญาและความร่วมมือของกลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย

เนื่องจากพันธะสัญญา และความร่วมมือของกลุ่มชาวบ้าน ซึ่งเป็นผู้ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติคงสภาพอยู่ได้ และเป็นผู้สืบสานวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนบ้านทรงไทยไว้สืบไป

ปัญหา คือ กลุ่มชาวบ้านบางกลุ่มที่ยังไม่ทราบถึงความหมายและวิธีการปฏิบัติเพื่อให้สอดคล้องกับคำว่า "ธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน" ทำให้พวกเขาตีความหมายและปฏิบัติในวิถีทางที่ผิด ส่งผลให้เกิดความไม่ยั่งยืนในทรัพยากรธรรมชาติ ความไม่ยั่งยืนของวัฒนธรรมอันดีของชุมชนบ้านทรงไทย

ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของภาครัฐ และผู้นำท้องถิ่นที่จะต้องให้ความกระจ่างแก่กลุ่มชาวบ้านโดยทั่วกัน โดยต้องมีการนัดประชุมอย่างน้อยเดือนละครั้ง เพื่อชี้แจงและให้ข้อเสนอแนะถึงวิธีการปฏิบัติตน ตลอดจนให้นำไปบอกกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก เพื่อเป็นการย้ำเตือนแก่นักท่องเที่ยวให้ตระหนักถึงความสำคัญของการร่วมมือกันในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้เกิดความยั่งยืนกับธุรกิจการท่องเที่ยวบ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์นี้ต่อไป

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของธุรกิจ (SWOT ANALYSIS)

จุดแข็ง (Strength)

- มีสิ่งห้อยเป็นจุดเด่น ที่นักท่องเที่ยวสนใจอยากชม
- เอกลักษณะทางวัฒนธรรมของชุมชนบ้านทรงไทย
- การเดินทางเข้าถึงชุมชนสะดวก และใช้ระยะเวลาในการเดินทางน้อย
- สภาพแวดล้อมโดยรวมและวิถีการดำเนินชีวิต ของชุมชนยังคงรักษาความเป็นธรรมชาติได้

ดีกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น (ไม่เกิดสภาวะความเสื่อมโทรมทางธรรมชาติ)

- เป็นกลุ่มแรกที่จัดทำการท่องเที่ยวประเภทนี้
- มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมานาน
- การร่วมมือของคนในชุมชน และความเป็นมิตร ไมตรีที่ดีของคนในชุมชนที่มีให้นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว

- พนักงานมีความชำนาญในการปรุงอาหาร
- สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อมยังคงเป็นธรรมชาติ
- ความเป็นมิตรของคนในชุมชน

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ยังไม่มีระบบการประสานงานที่ดี กับผู้เกี่ยวข้อง ภาครัฐและภาคเอกชน
- ระบบการบริหารยังเป็นแบบครอบครัว จึงไม่ได้มาตรฐานการบริการ
- ระบบการรักษาความปลอดภัยยังไม่เป็นระบบและไม่ปลอดภัย
- จำนวนพนักงานมีไม่เพียงพอกับการบริการแก่นักท่องเที่ยว

- บริหารเวลาไม่เป็นระบบ
- เจ้าของบ้านทรงไทยลอกเลียนแบบวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว
- ที่จอดรถ และห้องน้ำมีน้อย
- ระบบสำรองที่พักไม่ทันสมัย และจำนวนบ้านพักยังไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

- พนักงานไม่มีความรู้ความสามารถทางทักษะภาษาอังกฤษ
- สถานะด้านการเงินมีโครงสร้างสัดส่วนการเงินที่ไม่เหมาะสม
- การวางแผนการจัดส่ง และขนส่ง (นักท่องเที่ยว) ยังไม่เป็นระบบ

โอกาส (Opportunities)

- ธุรกิจท่องเที่ยวมีขนาดตลาดที่ใหญ่ และอัตราการขยายตัวสูง
- มีส่วนครองตลาดสูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวแบบเดียวกันในจังหวัดสมุทรสงคราม
- การสนับสนุนจากทางภาครัฐ โดยเฉพาะหน่วยงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ยังคงสภาพเดิม
- แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สูงขึ้น
- การคมนาคมสะดวก
- รัฐบาลมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น
- มีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนเป็นการท่องเที่ยวแบบ long stay

อุปสรรค (Threats)

- ความร่วมมือภายในชุมชนยังไม่ดี
- ความสะอาดของแม่น้ำ ยังไม่มีการควบคุมดูแล แมื่อดำทิ้งขยะในลำคลอง การปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำ)

- ความไม่แน่นอนและความไม่ต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก
- รายได้และการจ้างงานไม่ต่อเนื่อง
- นักท่องเที่ยวไม่ช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม
- เกิดคู่แข่งรายใหม่ ๆ ได้ง่าย เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เงินทุนไม่สูง
- การทำลายมลภาวะทางเสียง และทางน้ำของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ลานจอดรถ
- นักท่องเที่ยวมีโอกาสเปลี่ยนไปพักที่อื่นได้ง่าย เนื่องจากโปรแกรมการท่องเที่ยวเหมือนบ้าน
- กฎระเบียบการรักษาสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยชี้วัดความสำเร็จ (Key success Factor)

- ความร่วมมือกันระหว่างทางภาครัฐ คนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนในการอนุรักษ์สภาพทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของตำบลปลายโพงพางไว้สืบต่อไป
- การเข้ามาของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
- การบริการด้วยไมตรีจิตที่ดี ด้วยมิตรภาพตามวัฒนธรรมของชุมชนบ้านทรงไทยปลายโพงพาง
- ความสอดคล้องกันระหว่าง คุณภาพ ความต่อเนื่อง และความสมดุล
- เอกลักษณ์ของวัฒนธรรมของชุมชนบ้านทรงไทย
- จำนวนบ้านพักที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มมากขึ้น
- ความสำเร็จในการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม จากตัวชี้วัดคือรางวัล Tourism Award
- ยอดการจองบ้านพักที่เพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี 2542
- ชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากขึ้น

กลุ่มเป้าหมาย (Target Market)

1. กลุ่มคนที่มีวันหยุดในวันเสาร์-อาทิตย์ ทั่วไป และต้องการพักผ่อนแบบสบาย ๆ เพื่อสัมผัสชีวิตธรรมชาติโดยใช้เวลาการเดินทางระยะสั้นไม่เกิน 200 กม. จากกรุงเทพฯ
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีระยะเวลาในการเดินทางพักผ่อนน้อย และต้องการสัมผัสการดำรงชีวิตและวัฒนธรรมของไทย
3. กลุ่มสถาบันการศึกษาต่างๆ นักเรียน นักศึกษา ที่ต้องการมาเรียนรู้การใช้วิถีชีวิตริมน้ำ และวัฒนธรรมของชุมชนปลายโพงพาง

แผนการดำเนินงานทางการตลาด (Marketing Plan)

คณะผู้จัดทำได้มีการจัดการส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว กรณีศึกษานมูบ้านปลายโพงพาง เนื่องจากมีศักยภาพที่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เพราะใช้ระยะเวลาในการเดินทางออกจากกรุงเทพฯ ไม่เกิน 200 กม. และยังคงมีวิถีการดำเนินชีวิตริมน้ำ วัฒนธรรมบ้านทรงไทยที่มีเอกลักษณ์ เป็นของตนเอง ซึ่งหาได้ยาก เพราะวิถีการดำเนินชีวิต วัฒนธรรมบางอย่างได้มีแนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงไป จึงได้จัดทำแผนการส่งเสริม การท่องเที่ยวของชุมชนปลายโพงพางดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ในที่นี้คือ หมู่บ้านปลายโพงพาง ที่มีลักษณะเด่นมีบ้านทรงไทยแบบ โฮมสเตย์ และวิถีชีวิตประจำวัน ควรพัฒนาให้มีความสะดวก สบาย สิ่งแวดล้อมสวยงาม มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่ดี ซึ่งอาจจะต้องมีการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยว ประกอบเพิ่มเติม

2. ราคา (Price) การที่โครงการฯ มีการวิเคราะห์และพัฒนาหมู่บ้านให้มีคุณค่า จะช่วยให้สามารถตั้งราคาสูงขึ้นได้ เพื่อให้สอดคล้องกับคุณภาพที่ดีของหมู่บ้านและการบริการ

3. สถานที่ (Place) หรือช่องทางการจำหน่าย (Distribution) เป็นส่วนประกอบสำคัญที่ต้องจัดให้เหมาะสม เนื่องจากปัจจุบันได้มีการพัฒนาระบบสารสนเทศที่รวดเร็ว จึงควรนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อโครงการฯ โดยจัดทำ เว็บไซต์ ของโครงการฯ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร หรือทำการจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ได้โดยตรง นอกเหนือจากเดิมที่มีการประชาสัมพันธ์ผ่านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการให้ข้อมูลจากโครงการฯ

4. การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) ควรมีการนำดารา นักแสดง หรือผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของสังคมมาเป็นแบบโฆษณา (Presenter) เพื่อสร้างความสนใจ ความน่าเชื่อถือ และความต้องการในการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาและวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดในเรื่องการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการมาก (เจ้าของบ้านทรงไทย) เนื่องจากเจ้าของบ้านทรงไทยแต่ละหลังมีบ้านอยู่ห่างจากศูนย์บริการของโครงการฯ การเดินทางไปสัมภาษณ์จึงลำบาก ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรติดต่อและประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของศูนย์บริการโครงการฯ เพื่อนัดวันและเวลา เพื่อพูดคุยกับเจ้าของบ้านทรงไทยพร้อมกัน และสุ่มกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2540. นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ECOTOURISM) ปี พ.ศ. 2538-2539. กรุงเทพฯ : TAT.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2543. คู่มือการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.). กองเกษตรนคร:TAT
- กัลยา วินิชย์บัญชา รศ. ดร. 2546. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. 2540. วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : บริษัททอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด.
- เพ็ญศรี เจริญวานิชและนิติพล ภูตะโชติ. 2541. การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด คือ ขอนแก่น นครราชสีมา บุรีรัมย์ เลย และอุบลราชธานี. เสนอต่อ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ประมินทร์ แสนประสิทธิ์. 2542. การจัดหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงทาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม.
- วิโชค อ่างมณี 2532. "อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย". วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศรีพร สมบุญธรรม. 2537. "ECO-TOURISM : MOT และอนุรักษ์สัญลักษณ์ใหม่แห่งทศวรรษ". สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2542. "รายงานผลการดำเนินงานขั้นสุดท้าย" การดำเนินงานการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2539. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544). สำนักนายกรัฐมนตรี, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2544. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549). สำนักนายกรัฐมนตรี, กรุงเทพฯ.
- เอกสารประกอบโครงการอบรมผู้นำเยาวชน เพื่อการอนุรักษ์พิทักษ์ท่องเที่ยวไทยครั้งที่ 4 นิเวศ
สัญจร-วิถีทางสู่การอนุรักษ์วันที่ 12-17 ตุลาคม 2537. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

อุไรวรรณ ปรากฏุฒทรัพย์. 2544. ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพฯ.

อัมไพพรรณ แก้วสุริยะ. ม.ป.ป. เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Ecotourism and Sustainable Tourism)".

The Ecotourism Society. 1991. The Ecotourism Society 's definition. The Ecotourism Society Newsletter. (Spring) : 1.

Smith, S.1996. Tourism Analysis : A Hand Book. Longman Group Limited, Malaysia.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ข้อมูลพื้นฐานอำเภออัมพวา

สภาพทางกายภาพ

ขนาดและที่ตั้ง

อำเภออัมพวาเป็น 1 ใน 3 อำเภอของจังหวัดสมุทรสงครามห่างจากจังหวัดประมาณ 5 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 170.2 ตารางกิโลเมตรหรือ 106,352.2 ไร่

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอเขาชัย้อยและอำเภอบ้านแหลม จังหวัดเพชรบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเมืองสมุทรสงคราม

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอวัดเพลงและอำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี

ลักษณะภูมิประเทศ

พื้นที่โดยทั่วไปของอำเภออัมพวาเป็นที่ราบลุ่ม ประกอบด้วยลำคลองประมาณ 143 คลอง มีแม่น้ำลำคูล้ำคัญไหลผ่าน ได้แก่ แม่น้ำแม่กลอง พื้นที่เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม

ลักษณะภูมิอากาศ

อำเภออัมพวาได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จากอ่าวไทย และทะเลจีนใต้พัดเอาฝนมาตก ในฤดูฝนในบริเวณมากพอสมควร ประกอบกับอยู่ใกล้ทะเลจึงมีความชุ่มชื้นอยู่เสมอ ในฤดูหนาวอากาศไม่หนาวจัด และฤดูร้อนไม่ร้อนจัดเกินไป อุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 28 องศาเซลเซียส

สภาพสังคมและเศรษฐกิจ

สภาพสังคม

อำเภออัมพวา มีโครงสร้างทางสังคมประกอบด้วยผู้มีเชื้อสายไทย สัญชาติไทย ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาเป็นศาสนาคริสต์และศาสนาอิสลาม

สภาพความเป็นอยู่และสังคมของชาวอัมพวามีความสงบร่มเย็นมาแต่โบราณ มีอุปนิสัย ขยันหมั่นเพียร มัธยัสถ์ ทำให้มีฐานะค่อนข้างดี มีใจโอบอ้อมอารีใจบุญ รักความยุติธรรม ยึดมั่นในขนบธรรมเนียมประเพณี และศาสนา

การคมนาคม

อำเภออัมพวา ประกอบด้วยลำคลองประมาณ 143 สาย มีแม่น้ำสายสำคัญไหลผ่าน ในอดีตอาศัยการคมนาคมทางน้ำเป็นหลัก ในปัจจุบันมีการตัดถนนหลายสาย การคมนาคมของราษฎรมีความสะดวกทั้งทางบกและทางน้ำ การคมนาคมทางบกมีทางหลวงแผ่นดินที่ตัดผ่าน จำนวน 3 สาย คือ

- ทางหลวงหมายเลข 35 สายธนบุรี – ปากท่อ
- ทางหลวงหมายเลข 325 สายสมุทรสงคราม – ดำเนินสะดวก-บางแพ
- ทางหลวงหมายเลข 3093 สายสมุทรสงคราม – ปากท่อ

ทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว

อำเภออัมพวาเป็นอำเภอที่มีความเจริญทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามมาแต่โบราณ ทั้งยังได้รับการขนานนามว่าเป็น “เมืองราชินิกุล” ทำให้อำเภออัมพวามีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งแบบโบราณสถาน และสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติมากมาย เช่น

อุทยานพระบรมราชานุสรณ์พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย หรือเรียกกันสั้น ๆ ว่า อุทยาน ร. 2 ตั้งขึ้นในพื้นที่ซึ่งเชื่อว่าเป็นที่พระราชสมภพ ของรัชกาลที่ 2 ริมแม่น้ำแม่กลอง เพื่อเฉลิมพระเกียรติพระมหากษัตริย์ผู้ทรงเป็นทั้งนักรบ นักปกครอง ศิลปิน กวีและช่าง ที่ได้พระราชทานศิลปวัฒนธรรมอันงดงามประณีตไว้เป็นมรดกแก่ชาติ ภายในมีกลุ่มอาคารทรงไทยจัดเป็นพิพิธภัณฑ์แสดงศิลปวัตถุสมัยต้นรัตนโกสินทร์ สวนพรรณไม้ในวรรณคดี และร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง การเดินทาง ใช้ทางหลวงหมายเลข 35 สายธนบุรี-ปากท่อ ถึง กม.ที่ 63 เลี้ยวขวาเข้าทางหลวงหมายเลข 325 ผ่านจังหวัดสมุทรสงครามไปอีก 6 กม. (มีป้ายบอกตลอดทาง) จากตัวเมืองมีรถประจำทางสายบางนกแขวกผ่าน ขึ้นได้ที่ตลาดเทศบาลเมือง เปิดให้ชมทุกวัน เวลา 09.00-18.00 น. โทร. (034) 751-376, 751-666

วัดอัมพวันเจติยาราม อยู่ติดกับอุทยาน ร. 2 เป็นวัดต้นตระกูลราชินิกุลบางช้าง สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 1 โดยสมเด็จพระอัมรินทราทิตย์สร้างถวายแด่สมเด็จพระมารดา (สมเด็จพระรูปศิริโสภาคมหานาคารี) หลังวัดเคยเป็นนิวาสสถานเก่าของหลวงยกกระบัตรและคุณนาคพระอุโบสถตลอดจนถาวรวัตถุเป็นศิลปะสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น โดยเฉพาะพระปรางค์ ซึ่งรัชกาลที่ 3 ทรงสร้างขึ้นเพื่อบรรจุพระสรีรังคารของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย

วัดจุฬามณี เป็นวัดโบราณอยู่ริมฝั่งคลองอัมพวา หลังวัดเป็นนิวาสสถานเดิมของสมเด็จพระอมรินทราทิตย์ พระบรมราชินีในรัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 2 วัดนี้ทำแก้วผลึก (น้อย) นายตลาดบางช้างซึ่งเป็นต้นวงศ์ราชินิกุลบางช้าง เป็นผู้สร้างขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา

วัดภูมิรัตนกุฎีทอง ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่กลอง ตรงปากคลองประชาชื่นฝั่งตะวันตก เขตตำบลระหวง อำเภอัมพวา มีกุฎี ซึ่งสร้างในสมัยต้นรัชกาลที่ 1 โดยเศรษฐีตระกูลบางช้าง และพระพุทธรูปปูนปั้นปิดทองปางมารวิชัยอายุกว่า 300 ปี เรียกกันว่า "หลวงพ่อดโต"

บ้านเบญจรงค์ นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อและชมกรรมวิธีการผลิตได้ที่ ปีนสุพรรณเบญจรงค์ (บ้านเบญจรงค์) ซึ่งอยู่บนเส้นทางสายสมุทรสงคราม-บางแพ ผ่านทางเข้าที่ว่าการอำเภอัมพวาไป 500 เมตร เป็นแหล่งผลิตเครื่องถ้วยชามเบญจรงค์ เลียนแบบศิลปะสมัยรัชกาลที่ 2

เตาตาล มีอยู่หลายแห่ง ริมเส้นทางสายสมุทรสงคราม-บางคนที เป็นสถานที่ผลิตน้ำตาลมะพร้าวด้วยวิธีแบบดั้งเดิม นักท่องเที่ยวสามารถแวะชมและซื้อน้ำตาลมะพร้าวเป็นของฝาก

ตลาดน้ำท่าคา อยู่ห่างจาก กม. 32 ทางหมายเลข 325 (สมุทรสงคราม-บางแพ) ไปอีก 5 กิโลเมตร เป็นตลาดนัดทางน้ำที่ลอยเรือค้าขายกันมานับร้อยปี ชาวสมุทรสงครามและเมืองใกล้เคียงซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าทางการเกษตร ของใช้ประจำวัน อาหารคาวหวานนานาชนิด เดิมมีนัดหมายกันเฉพาะวันขึ้นและวันแรม 2 ค่ำ 7 ค่ำ และ 12 ค่ำ ปัจจุบันเพิ่มวันค้าขายในวันเสาร์-อาทิตย์ด้วย ควรไปชมในช่วงเวลา 9.00-12.00 น.

งานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย จัดขึ้นในช่วงต้นเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี ณ อุทยาน ร. 2 ในงานมีการสาธิตทำอาหารคาวหวานในวรรณคดี การประดิษฐ์หัตถกรรมต่าง ๆ การละเล่นพื้นบ้าน การแสดงหุ่นกระบอก และโขนกลางแจ้ง

งานวันลิ้นจี่และของดีสมุทรสงคราม จัดที่หน้าศาลากลางจังหวัด ในราวเดือนเมษายน โดยจัดเป็นบางปี ขึ้นอยู่กับปริมาณผลผลิตลิ้นจี่

ลักษณะพื้นที่ที่ศึกษาตำบลปลายโพรงพาง

สภาพทางภูมิศาสตร์

ตำบลปลายโพรงพางเป็น 1 ใน 12 ตำบลของอำเภอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่ห่างจากอำเภอัมพวา ประมาณ 8 กิโลเมตร และห่างจากจังหวัดสมุทรสงคราม 9 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 70 กิโลเมตร มีพื้นที่ 14.7 ตารางกิโลเมตร หรือ 9,190 ไร่ พื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม ประกอบด้วยคลอง 7 คลอง 19 ลำประโดง 1 ลำราง ไหลผ่านทุกหมู่บ้าน พื้นที่เหมาะกับการทำเกษตรกรรม ตำบลปลายโพรงพาง มีอาณาเขตดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับตำบลบางนางลี่และตำบลสวนหลวง อำเภอัมพวา
ทิศใต้	ติดต่อกับตำบลยี่สารและตำบลแพรกหนามแดง อำเภอัมพวา
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับตำบลบางขันแตก อำเภอเมือง
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับตำบลวัดประดู่และตำบลบางแค อำเภอัมพวา

สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ

ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ทำสวนผลไม้ (มะพร้าว กล้วย ส้มโอ) รับจ้างและค้าขาย

การปกครอง

ตำบลปลายโพงพาง เป็น อบต. ชั้น 4 มีรายได้ปี 2542 เป็นเงิน 4,981,400 บาท เป็นรายได้ที่ อบต. จัดเก็บเอง 248,950 บาท ส่วนที่เหลือเป็นเงินอุดหนุนและสนับสนุน แบ่งการปกครองเป็น 9 หมู่บ้าน คือ

หมู่ที่ 1 บ้านปากวน

หมู่ที่ 2 บ้านวัดประชา

หมู่ที่ 3 บ้านลัดดาช่วย

หมู่ที่ 4 บ้านวัดอมรวดีเล็ก

หมู่ที่ 5 บ้านคลองขุดเล็ก

หมู่ที่ 6 บ้านหน้าวัดนางพิมพ์

หมู่ที่ 7 บ้านวัดโคกเกตุ

หมู่ที่ 8 บ้านวัดสี่แยก

หมู่ที่ 9 บ้านคลองแขก

ประชากร

ประชากร 9,157 คน เป็นหญิง 4,647 คน และชาย 4,510 คน มีครัวเรือน 1,457 ครัวเรือน (ศูนย์ช่วยเหลือทางวิชาการพัฒนาชุมชนเขตที่ 7 2543:23-34)

แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงและเทศกาลที่น่าสนใจ

ดอนหอยหลอด เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของเมืองสมุทรสงคราม จากถนนพระราม 2 (ธนบุรี-ปากท่อ) เลี้ยวซ้ายที่ กม. 62 เข้าทางบ้านบางป่อ เป็นระยะทางอีก 7 กิโลเมตร หรือหากเข้าทาง กม. 64 บ้านบางจะเกร็ง มีทางแยกเข้าไปเป็นระยะทาง 5 กิโลเมตร ดอนหอยหลอดเป็นสันดอนปากน้ำแม่กลองที่เกิดจากการตกตะกอนของดินบนทราย มีอาณาบริเวณกว้างประมาณ 3 กิโลเมตร ยาว 5 กิโลเมตร มี 2 แห่ง คือ ดอนนอกอยู่บริเวณปากอ่าว ดอนในอยู่ชายหาด หมู่บ้านอูฐี่ ตำบลบางจะเกร็งบริเวณสันดอนนี้มีหอยอาศัยอยู่หลายชนิด โดยเฉพาะหอยหลอด มีมากในช่วงเดือนมีนาคม ถึง พฤษภาคม นักท่องเที่ยวมักแวะมาสักการะศาลกรมหลวงชุมพรฯ รับประทานอาหารทะเล และแวะซื้อหาอาหารทะเลสด และแปรรูปเป็นของฝาก

เที่ยวป่าชายเลน เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่จัดโดย อบต. คลองโคก ไทร. (034) 731329 นักท่องเที่ยวสามารถนั่งเรือชมทิวทัศน์ป่าชายเลน ซึ่งเต็มไปด้วยต้นเสม็ดและต้นลำพู ชมนก และลิงแสม รวมทั้งได้ร่วมปลูกป่าชายเลนอีกด้วย

วัดเพชรสมุทรวรวิหาร (วัดบ้านแหลม) เป็นวัดสำคัญของจังหวัด ประดิษฐานหลวงพ่อบ้านแหลม พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ที่ผู้คนทั่วประเทมักแวะมาสักการะกันอยู่เสมอ ภายในบริเวณวัดมีพิพิธภัณฑ์เก็บรักษาพระพุทธรูป และพระเครื่องในสมัยต่าง ๆ โบราณวัตถุเครื่องลายคราม และธรรมมาสน์บุษบกสมัยกรุงศรีอยุธยาไว้ให้ชม

อนุสรณ์สถานแผ่นดินสยามอิน-จัน อยู่ที่ตำบลลาดใหญ่ ห่างจากศาลากลางจังหวัด 4 กิโลเมตร สร้างเพื่อเป็นเกียรติประวัติแก่ฝ่าแผ่นดินซึ่งถือกำเนิดที่จังหวัดสมุทรสงคราม เมื่อราว 180 ปีมาแล้ว และสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทยไปทั่วโลก

พิพิธภัณฑ์เรือ ตั้งอยู่ริมถนนเอกชัย ติดกับอนุสรณ์แผ่นดินสยามอิน-จัน มีเรือชนิดต่าง ๆ ที่เคยใช้ในลุ่มน้ำแม่กลองให้ผู้สนใจได้ศึกษา

กิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำ จังหวัดสมุทรสงครามมีลำคลองมากมาย เชื่อมต่อกันเป็นโครงข่ายกว่า 300 คลอง สามารถเช่าเรือชมธรรมชาติของสวนมะพร้าว สวนลิ้นจี่ และวิถีชีวิตชาวบ้านชาวประมงริมน้ำ รวมทั้งมีบ้านโบราณที่หาดูได้ยากในปัจจุบัน สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่หอการค้าจังหวัดสมุทรสงคราม โทร. (034) 713-053

งานตะวันรอนดอนหอยหลอด จัดในเดือนพฤษภาคมของทุกปี ที่บริเวณดอนหอยหลอด

งานวันส้มโอขาวใหญ่สมุทรสงคราม จัดในช่วงเดือนสิงหาคมของทุกปี ที่หน้าศาลากลางจังหวัด

ของฝาก-ของที่ระลึก

อาหารทะเลแปรรูปนานาชนิด หาซื้อได้ที่ดอนหอยหลอดที่ตลาดของดีแม่กลอง กม.69 ถนนพระราม 2 สินค้าหัตถกรรม สินค้าเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้าน ซื้อหาได้ที่ตลาดบางแก้ว กม. 58 ถนนพระราม 2

กะลาซอจากอำเภอบางคนที เป็นผลไม้ประจำถิ่นเฉพาะถิ่นนำมาแกะสลักลวดลาย เพื่อทำซอ

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง "การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
กรณีศึกษา หมู่บ้านปลายโพงพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม"

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้น เพื่อใช้เป็นส่วนประกอบในการศึกษาวิชา Independent Study ของ นักศึกษาปริญญาโท ภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ ศูนย์กรุงเทพมหานคร ผู้จัดทำขอความกรุณา ท่านผู้ตอบทุกท่านตอบแบบสอบถามนี้ทุกข้อ เพื่อให้งานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์และถูกต้องตามทฤษฎี ผู้จัดทำ ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนบุคคล

1. เพศ

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. อายุ

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 15 ปี	<input type="checkbox"/> 5. 41 – 50 ปี
<input type="checkbox"/> 2. 15 – 20 ปี	<input type="checkbox"/> 6. 51 – 60 ปี
<input type="checkbox"/> 3. 21 – 30 ปี	<input type="checkbox"/> 7. 61 ปีขึ้นไป
<input type="checkbox"/> 4. 31 – 40 ปี	
3. การศึกษาขั้นสูงสุด

<input type="checkbox"/> 1. ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> 5. ปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 2. มัธยมต้น	<input type="checkbox"/> 6. ปริญญาโท
<input type="checkbox"/> 3. มัธยมปลาย/ปวช.	<input type="checkbox"/> 7. อื่น ๆ (ระบุ)
<input type="checkbox"/> 4. อนุปริญญา/ปวส.	
4. สัญชาติ

<input type="checkbox"/> 1. ไทย	<input type="checkbox"/> 4. จีน
<input type="checkbox"/> 2. ญี่ปุ่น	<input type="checkbox"/> 5. อเมริกา
<input type="checkbox"/> 3. อังกฤษ	<input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ (ระบุ)
5. สถานภาพสมรส

<input type="checkbox"/> 1. โสด	<input type="checkbox"/> 2. แต่งงานแล้ว	<input type="checkbox"/> 3. อื่น ๆ (ระบุ)
---------------------------------	---	---
6. รายได้ต่อเดือนของท่าน

<input type="checkbox"/> 1. ไม่มีรายได้	<input type="checkbox"/> 4. 10,001 – 30,000 บาท
<input type="checkbox"/> 2. ต่ำกว่า 5,000 บาท	<input type="checkbox"/> 5. 30,001 – 50,000 บาท

- () 3. 5,001 – 10,000 บาท () 6. 50,001 บาทขึ้นไป
7. อาชีพของท่านในปัจจุบัน
- () 1. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 5. นักเรียน/นักศึกษา
- () 2. พนักงานบริษัทเอกชน () 6. กิจการส่วนตัว
- () 3. แม่บ้าน () 7. อื่น ๆ (ระบุ)
- () 4. เกษตรกร
8. ปัจจุบันท่านอาศัยอยู่ในภาคใดในประเทศไทย
- () 1. กรุงเทพฯ และปริมณฑล () 5. ภาคตะวันออก
- () 2. ภาคเหนือ () 6. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- () 3. ภาคกลาง () 7. ภาคใต้
- () 4. ภาคตะวันตก

ส่วนที่ 2 : สำหรับนักท่องเที่ยว

9. ท่านนิยามการท่องเที่ยวภายในประเทศของตนเอง หรือต่างประเทศ
- () 1. ในประเทศ
- () 2. ต่างประเทศ
10. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปีละ ____ ครั้ง
- () 1. 0 - 1 ครั้ง
- () 2. 2 - 5 ครั้ง
- () 3. 6 - 9 ครั้ง
- () 4. ตั้งแต่ 10 ครั้งขึ้นไป
11. สะดวกแล้วท่านเดินทางท่องเที่ยวกับใครบ้าง
- () 1. ไปคนเดียว () 3. ไปกับเพื่อนสนิท
- () 2. ไปกับครอบครัว () 4. อื่น ๆ (ระบุ)
-

12. ครั้งนี้ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน ___ ท่าน
- () 1. เดินทางคนเดียว
- () 2. เดินทางเป็นกลุ่ม 2 คน
- () 3. เดินทางเป็นกลุ่ม 3 – 5 คน
- () 4. เดินทางเป็นกลุ่มมากกว่า 5 คน (ระบุ)
13. ปัจจัยที่สำคัญที่สุด ที่ท่านเลือกไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ คือข้อใด
- () 1. ค่าใช้จ่าย () 3. เวลา
- () 2. บุคคลที่จะไปด้วย () 4. อื่น ๆ (ระบุ)
14. ท่านนิยมท่องเที่ยวประเภทใดมากที่สุด
- () 1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติที่มีชีวิต(ศูนย์ศึกษาพัฒนาพิกุลทอง) จ.นราธิวาส
- () 2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น บ่อน้ำพุร้อนหนองยาบ้อง จ.เพชรบุรี ร่องเรือชมหิ่งห้อย จ.สมุทรสงคราม
- () 3. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาพระแทว จ.ภูเก็ต สวนช้างเพื่อนแก้ว จ.กาญจนบุรี
- () 4. อื่น ๆ (ระบุ)
15. ท่านเคยมาเที่ยวหมู่บ้านปลายโพงพางหรือไม่
- () 1. เคย
- () 2. ไม่เคย
16. ท่านรู้จัก หมู่บ้านปลายโพงพาง จากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
1. ทางทีวี
2. ทางสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อสท. ป้ายโฆษณา ไปปพลิเคชัน
3. เพื่อน /ญาติ / คนรู้จัก แนะนำ
4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
5. อื่น ๆ (ระบุ)
17. ท่านเคยมาเที่ยวที่ หมู่บ้านปลายโพงพาง จำนวน ___ ครั้ง
- () 1. 1 ครั้ง () 3. 3 ครั้ง
- () 2. 2 ครั้ง () 4. มากกว่า 3 ครั้ง
18. ระยะเวลาที่ท่านอยู่ในพื้นที่หรือชุมชนแห่งนี้
- () 1. 2 วัน
- () 2. มากกว่า 2 วัน (ระบุ)

19. นอกจาก หมู่บ้านปลายโพงพาง ท่านเคยไปเที่ยวที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. บ้านท้ายหาด จังหวัดสมุทรสงคราม
- 2. บ้านยายทองหยิบ จังหวัดสมุทรสงคราม
- 3. อื่น ๆ (ระบุ)จังหวัด.....

20. ท่านมีความรู้สึกอย่างไรเกี่ยวกับบริการด้านต่าง ๆ ของ หมู่บ้านปลายโพงพาง ดังนี้

รายการ	พอใจ อย่างยิ่ง 5	พอใจ 4	เฉย ๆ 3	ไม่ พอใจ 2	ไม่พอใจ อย่างยิ่ง 1
1. การบริการด้านการจอง คำแนะนำ การติดต่อ					
2. การบริการ / ความเป็นมิตรของเจ้าของบ้านทรง ไทย					
3. ความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยว					
4. ด้านราคา ค่าบริการ					
5. การรักษาสภาพแวดล้อมความเป็นชุมชน บ้านทรงไทย					
6. คุณภาพและรสชาติของอาหาร					
7. บริการด้านพาหนะ					
8. การบริการของมัคคุเทศก์					
9. ความรู้ ความสามารถของมัคคุเทศก์ ในระหว่าง การนำเที่ยว					
10. การบริหารเวลาในการนำเที่ยว					
11. ระบบการรักษาความปลอดภัย					
12. การทำงานร่วมกันของชุมชนในภาพรวม					
13. อื่น ๆ โปรดระบุ					

21. เมื่อท่านได้รับบริการจาก หมู่บ้านปลายโพงพางแล้ว ท่านจะกลับมาเที่ยวที่หมู่บ้านนี้อีกหรือไม่

- () 1. มาเที่ยวอีก
- () 2. ไม่มาเที่ยวอีก

22. เหตุผลที่ท่านตัดสินใจที่จะ กลับมาเที่ยว / ไม่มาเที่ยว ที่หมู่บ้านปลายโพรงพง เนื่องจากข้อใด (เรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย จำนวน 5 อันดับแรก)

- ... 1. การบริการด้านการจอง คำแนะนำ การติดต่อ
- 2. การบริการ / ความเป็นมิตรของเจ้าของบ้านทรงไทย
- ... 3. ความเหมาะสมของโปรแกรมการท่องเที่ยว
- ... 4. ด้านราคา ค่าบริการ
- ... 5. การรักษาสภาพแวดล้อมความเป็นชุมชนบ้านทรงไทย
- ... 6. คุณภาพและรสชาติของอาหาร
- ... 7. บริการด้านพาหนะ
- ... 8. การบริการของมัคคุเทศก์
- ... 9. ความรู้ ความสามารถของมัคคุเทศก์ ในระหว่างการนำเที่ยว
- ... 10. การบริหารเวลาในการนำเที่ยว
- ... 11. ระบบการรักษาความปลอดภัย
- ... 12. การทำงานร่วมกันของชุมชนในภาพรวม
- 13. อื่น ๆ (ระบุ)

ส่วนที่ 3 : ความคิดเห็นทั่วไป

23. ท่านต้องการให้มีการท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือไม่

- () 1. ต้องการ
- () 2. ไม่ต้องการ

24. ท่านต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวหรือไม่

- () 1. ต้องการ
- () 2. ไม่ต้องการ (ข้ามไปตอบข้อ 26)

25. หากท่านต้องการเข้ามามีส่วนร่วม ท่านคิดว่าจะเข้ามาเกี่ยวข้องในกิจกรรมใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ขายอาหาร และเครื่องดื่ม.
- 2. นำเที่ยวชมภายในชุมชน
- 3. ร่วมลงทุน.
- 4. ขายของที่ระลึก
- 5. นำเดินป่า / ดูนก / ศึกษาธรรมชาติ
- 6. ให้สถานที่พักแก่นักท่องเที่ยว
- 7. ร่วมเป็นคณะกรรมการบริหารการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน
- 8. อื่น ๆ (ระบุ)

26. ท่านคิดว่าในท้องถิ่นของท่านต้องพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกใด เพื่อรองรับการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ถนนลาดยาง | <input type="checkbox"/> 8. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 2. โทรศัพท์สาธารณะ | <input type="checkbox"/> 9. ที่พัก |
| <input type="checkbox"/> 3. ร้านค้า (ขายอาหารและของที่ระลึก) | <input type="checkbox"/> 10. ห้องน้ำ |
| <input type="checkbox"/> 4. ระบบกำจัดของเสีย | <input type="checkbox"/> 11. ระบบน้ำใช้ |
| <input type="checkbox"/> 5. ลานจอดรถ | <input type="checkbox"/> 12. สถานพยาบาล |
| <input type="checkbox"/> 6. ทางเดินศึกษาธรรมชาติ | <input type="checkbox"/> 13. ป้ายบรรยายตามจุดท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> 7. ป้ายบอกทาง | <input type="checkbox"/> 14. อื่น ๆ (ระบุ)..... |

27. ท่านคิดว่ากรณีที่มียกท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในอัมพวาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ชุมชนได้รับผลกระทบด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. มีรายได้เพิ่มมากขึ้น | <input type="checkbox"/> 6. ค่าครองชีพสูงขึ้น |
| <input type="checkbox"/> 2. ทำให้เกิดอาชีพเสริม | <input type="checkbox"/> 7. ทำให้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติเสียหาย |
| <input type="checkbox"/> 3. ทำให้ชุมชนมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก | <input type="checkbox"/> 8. ทำให้เกิดมลภาวะ/มลพิษ |
| <input type="checkbox"/> 4. ชุมชนมีการพัฒนามากขึ้น | <input type="checkbox"/> 9. ทำให้เกิดปัญหาแพ้อากาศของยาเสพติด |
| <input type="checkbox"/> 5. เกิดความร่วมมือในชุมชนมากขึ้น | <input type="checkbox"/> 10. ทำให้วัฒนธรรมและความเชื่อเปลี่ยนแปลงไป |
| <input type="checkbox"/> 11. อื่น ๆ (ระบุ) | |

28. ท่านต้องการให้ ททท. จัดการอบรมทักษะทางภาษาและความรู้ของสถานที่ท่องเที่ยว (มัคคุเทศก์ท้องถิ่น) แก่ผู้ประกอบการและประชาชนของจังหวัด เพื่อจะได้เป็นผู้ดูแลนักท่องเที่ยวเองหรือไม่

- () 1. ต้องการ () 2. ไม่ต้องการ

29. ท่านต้องการให้รัฐบาลสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวในข้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. ททท. ควรฟื้นฟูประเพณีแห่เรือ และประกวดแต่งกาย กลอน และจำหน่ายขนมในวรรณคดีขึ้น ทุกเดือนกุมภาพันธ์ของปีในอุทยาน ร.2
- 2. ททท. ควรจัดเทศกาลอาหารและผลไม้ขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี
- 3. ททท. ควรประชาสัมพันธ์จังหวัดสมุทรสงครามให้มากขึ้น มิใช่เฉพาะช่วงเทศกาลเท่านั้น
- 4. อื่น ๆ (ระบุ)

30. สภาพปัญหา อุปสรรคและความต้องการของชุมชนหรือนักท่องเที่ยว

.....

31. แนวทางและการแก้ไข

.....
.....
.....

32. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....
.....
.....

ภาคผนวก ค

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง "การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
กรณีศึกษา หมู่บ้านปลายโพงพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม"

1. วิธีการคัดเลือกบ้านมาเข้าร่วมโครงการฯ ใช้ข้อกำหนดและเกณฑ์การตัดสินใจอย่างไร

2. ระบบการรักษาความปลอดภัยมีมาตรการอย่างไร

3. แหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่พานักท่องเที่ยวเที่ยวชม และใช้เส้นทางใดในการเดินทาง

4. วิถีชีวิตของชาวบ้านเป็นอย่างไร

5. นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ทุกกิจกรรมหรือไม่ และมีอะไรบ้าง ทำกิจกรรมในช่วงเวลาใด และมีค่าเข้าร่วมกิจกรรมประมาณเท่าใด

6. นักท่องเที่ยวมีสิทธิ์เลือกบ้านพักเองได้หรือไม่

7. การทำอาหารให้นักท่องเที่ยวรับประทานในหนึ่งมื้อ ทำได้อย่างไร และมีอะไรบ้าง และทราบได้อย่างไรว่านักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มที่มาพักจะชอบอาหารที่จัดไว้ให้ และถ้าหากนักท่องเที่ยวไม่ชอบจะมีวิธีการแก้ปัญหาในเรื่องนี้อย่างไร

8. นักท่องเที่ยวต้องเสียค่าบริการในการเข้าพักคนละเท่าไร

9. มีการบันทึกจำนวนนักท่องเที่ยวไว้บ้างหรือไม่ เพื่อเป็นข้อมูลศึกษาว่าในช่วงเวลาใดที่นักท่องเที่ยวชอบมาพักมากที่สุด

10. การขายเรือชมหิ่งห้อยในตอนกลางคืนมีตลอดทั้งปีหรือไม่ และในช่วงเดือนใดที่มีหิ่งห้อยมากเป็นพิเศษ

11. การดำเนินการบริหารงานในหมู่บ้านฯ มีวิธีการจัดการอย่างไร และมีการแบ่งภาระหน้าที่กลุ่มทำงานอย่างไร

12. มีภาครัฐหรือเอกชนมาสนับสนุนในเรื่องงบประมาณอย่างไรบ้าง และมีการหาแหล่งเงินทุนจากที่อื่น ๆ อีกหรือไม่

13. มีการจัดประชุมหรือการประสานงานกับบุคคลภายนอกอย่างไร และระยะเวลาในการประชุม

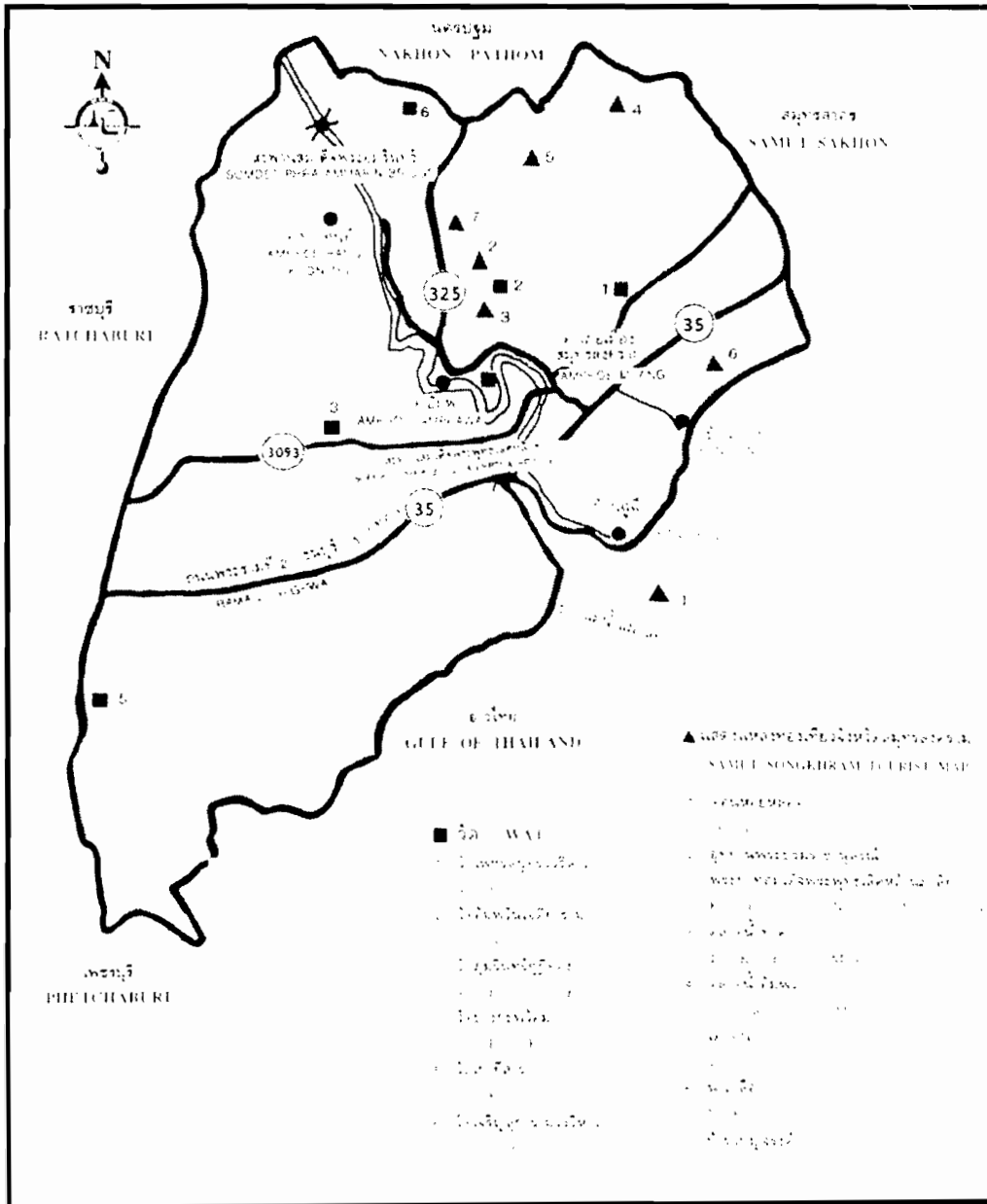
14. มีวิธีการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์โครงการฯ อย่างไรบ้าง

15. มีแนวโน้มที่จะทำของที่ระลึกมาวางจำหน่ายภายในศูนย์หรือไม่

16. ระบบบำบัดน้ำเสีย ขยะมูลฝอย สิ่งปฏิกูลต่าง ๆ มีวิธีการจัดการอย่างไร

17. ในการจัดการท่องเที่ยวแบบที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ชาวบ้านมีความพึงพอใจและต้องการมีส่วนร่วมมากขึ้นมีความรักสามัคคีเพิ่มมากขึ้น ความร่วมมือร่วมแรงร่วมใจภายในชุมชนมีมากขึ้นหรือไม่

ภาคผนวก ง



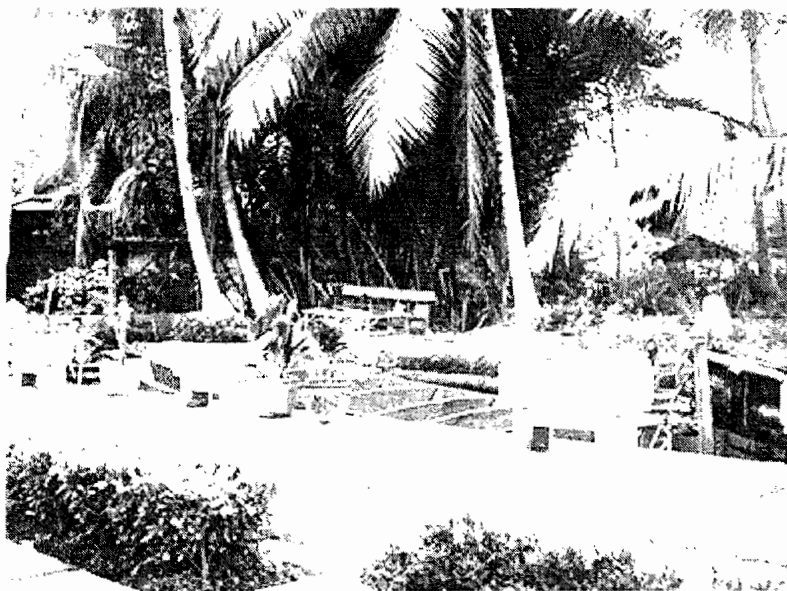
รูปภาพ 1 : แผนที่จังหวัดสมุทรสาคร



รูปภาพ 2 : แสดงด้านหน้าของศูนย์บริการโครงการฯ



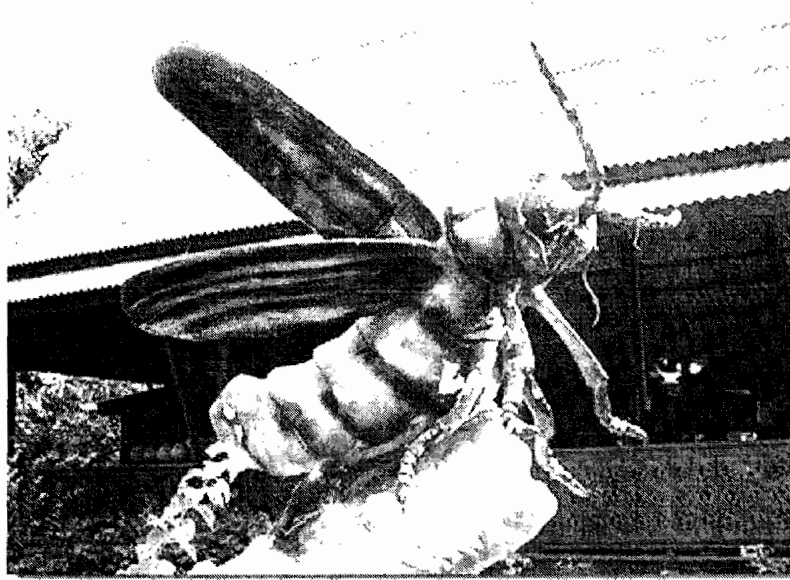
รูปภาพ 3 : แสดงการเข้าร่วมรับประทานอาหารของนักท่องเที่ยว



รูปภาพ 4 : แสดงพื้นที่สำหรับรอการลงเรือเพื่อไปตามจุดท่องเที่ยวและบ้านพัก



รูปภาพ 5 : แสดงเรือที่ใช้ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว



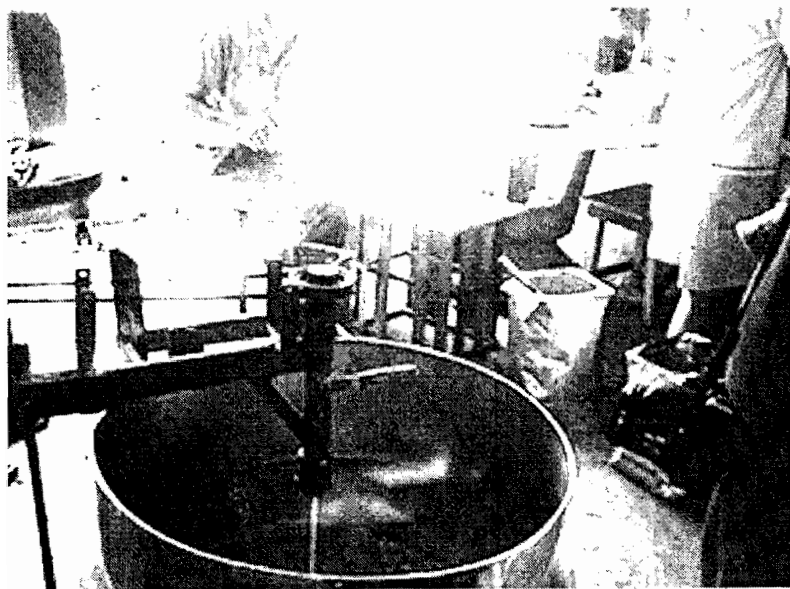
รูปภาพ 6 : แสดงรูปหึ่งห้อยที่หน้าบ้านทรงไทยของกำนันธวัช บุญพืด



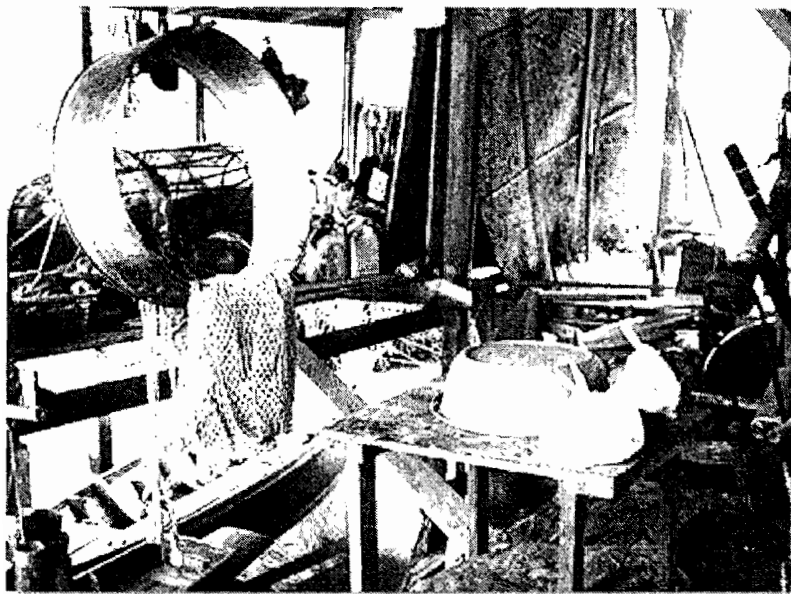
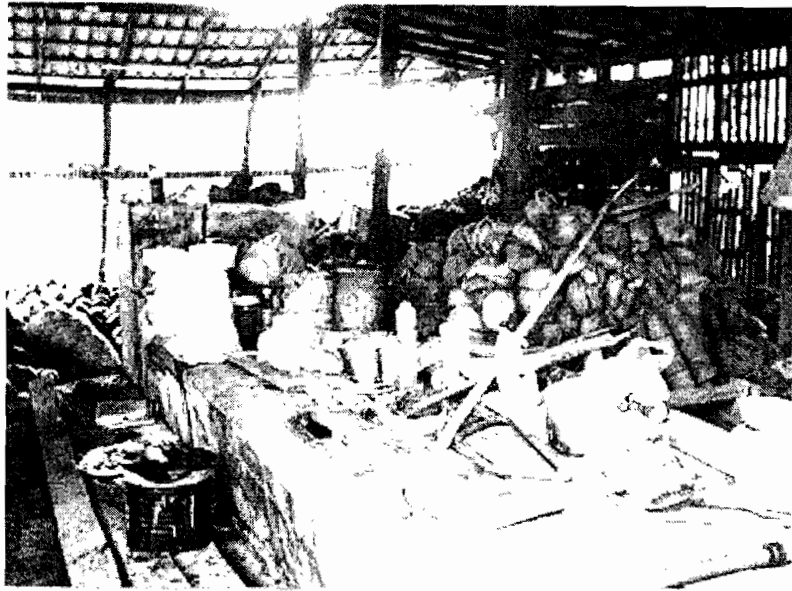
รูปภาพ 7 : แสดงสถานที่ให้ความรู้เรื่องการทำน้ำตาลมะพร้าว



รูปภาพ 8 : แสดงการทำน้ำตาลมะพร้าว



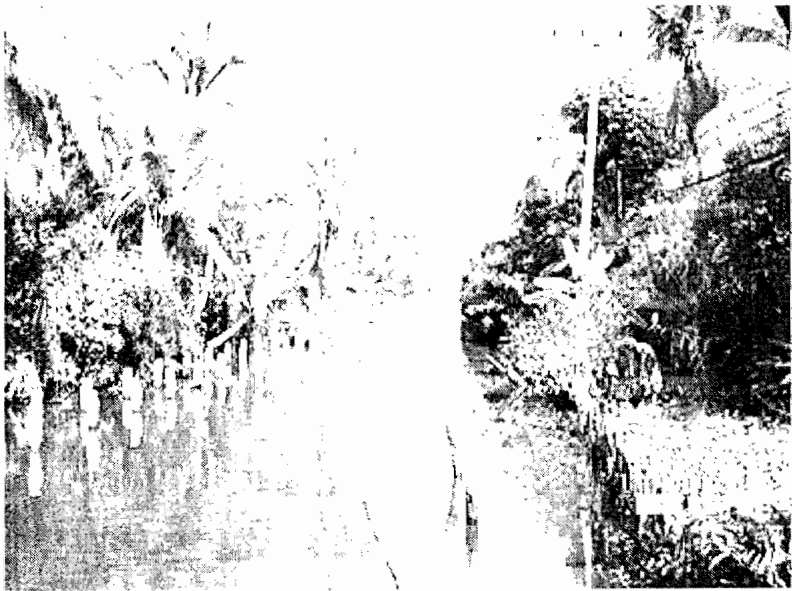
รูปภาพ 9 : แสดงเครื่องปั่นน้ำตาลมะพร้าว



รูปภาพ 10 : แสดงพื้นที่ที่เคยเป็นที่ทำน้ำตาลมะพร้าว



รูปภาพ 11 : แสดงบริเวณลำคลองที่ชาวบ้านใช้คมนาคม



รูปภาพ 12 : แสดงลำคลองที่ไม่ได้รับการฟื้นฟู และพัฒนา



รูปภาพ 13 : แสดงสภาพน้ำที่เริ่มเน่าเสีย และตลิ่งพัง



รูปภาพ 14 : แสดงด้านหน้าของบ้านทรงไทย



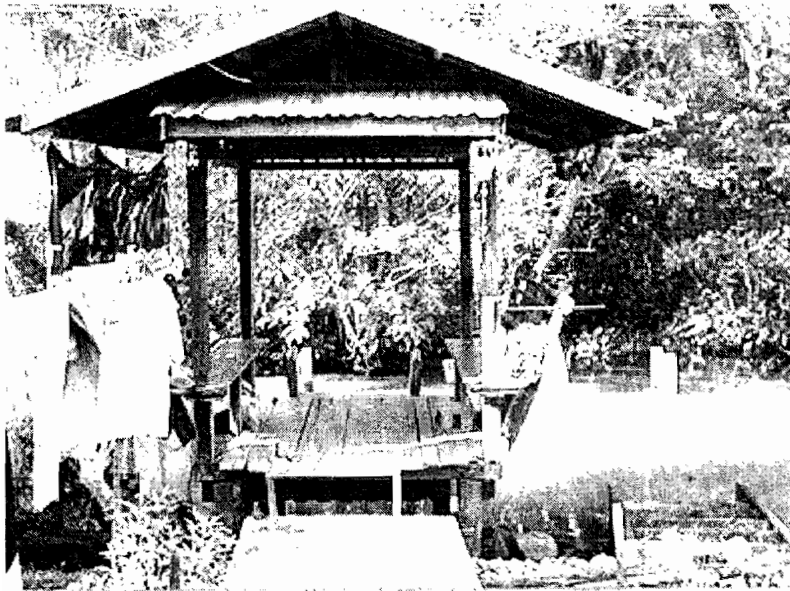
รูปภาพ 15 : แสดงบ้านทรงไทยที่มีอายุ 120 ปี



รูปภาพ 16 : แสดงบ้านทรงไทยแบบประยุกต์



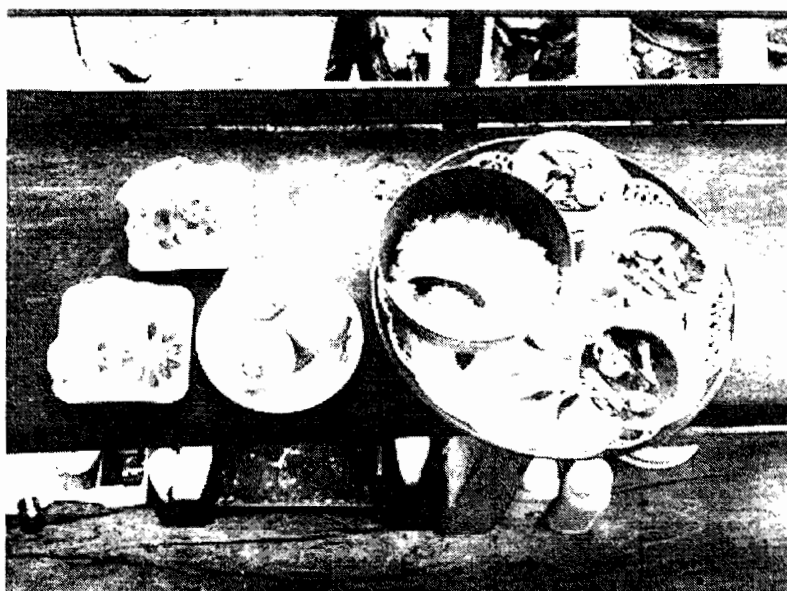
รูปภาพ 17 : แสดงบรรยากาศสองฝั่งคลองขณะเดินทางชมสถานที่ท่องเที่ยว



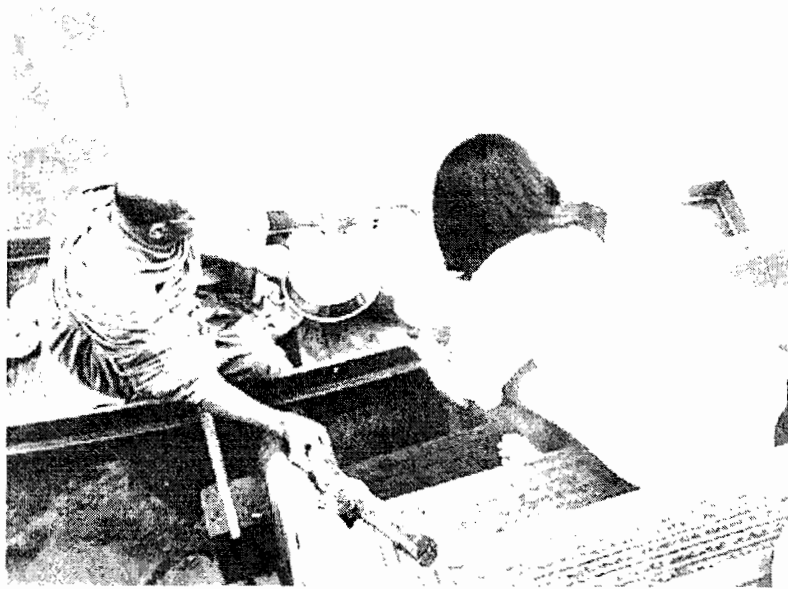
รูปภาพ 18 : แสดงถึงวิถีชีวิตของชาวสวนที่หน้าบ้านมีทำนน้ำ



รูปภาพ 19 : แสดงพระพายเรือบดินทบาตรในยามเช้า



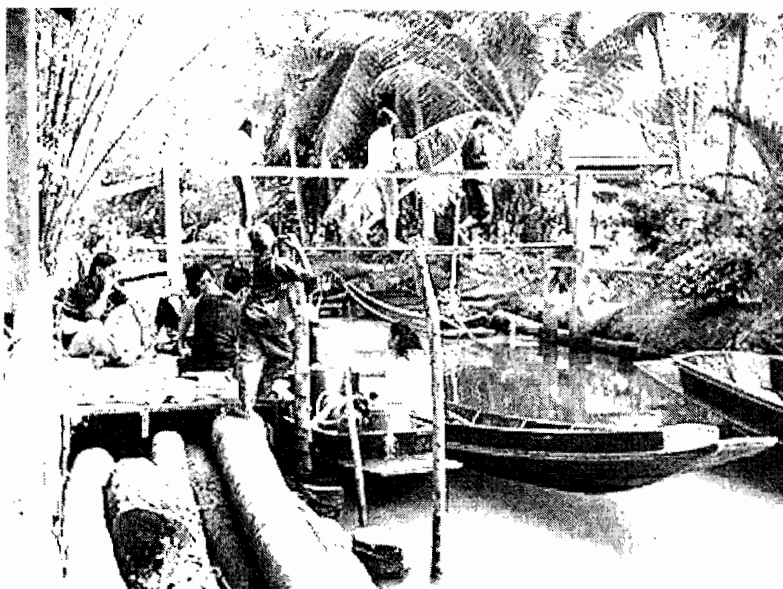
รูปภาพ 20 : แสดงของใส่บาตรในยามเช้า ได้แก่ ข้าวสวย กีบข้าว ของหวาน และผลไม้



รูปภาพ 21 : แสดงการใส่บาตรของนักท่องเที่ยวในตอนเช้า



รูปภาพ 22 : แสดงภาพเจ้าของบ้านทรงไทยและนักท่องเที่ยวที่เข้าไปพัก



รูปภาพ 23 : แสดงวิถีชีวิตในการซื้อขายอาหารทางเรือ



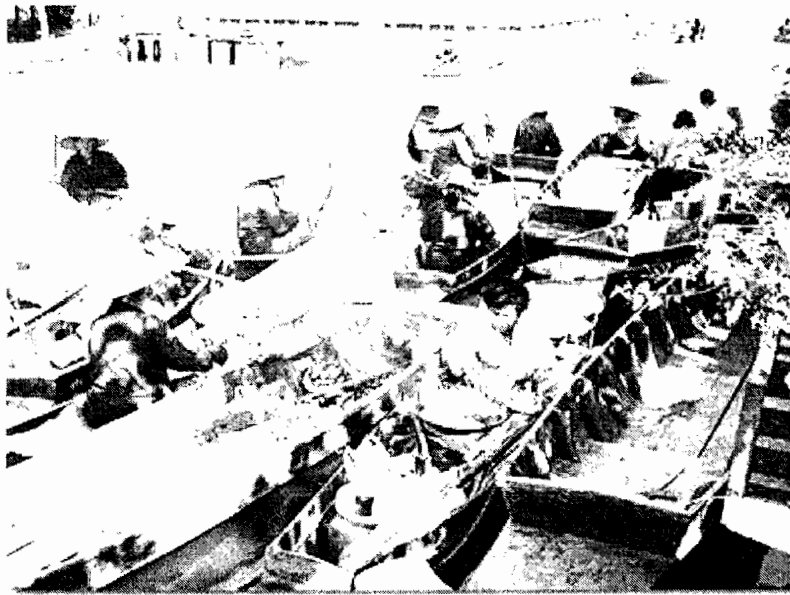
รูปภาพ 24 : แสดงบ้านเรือนที่อาศัยอยู่สองฝั่งแม่น้ำแม่กลอง



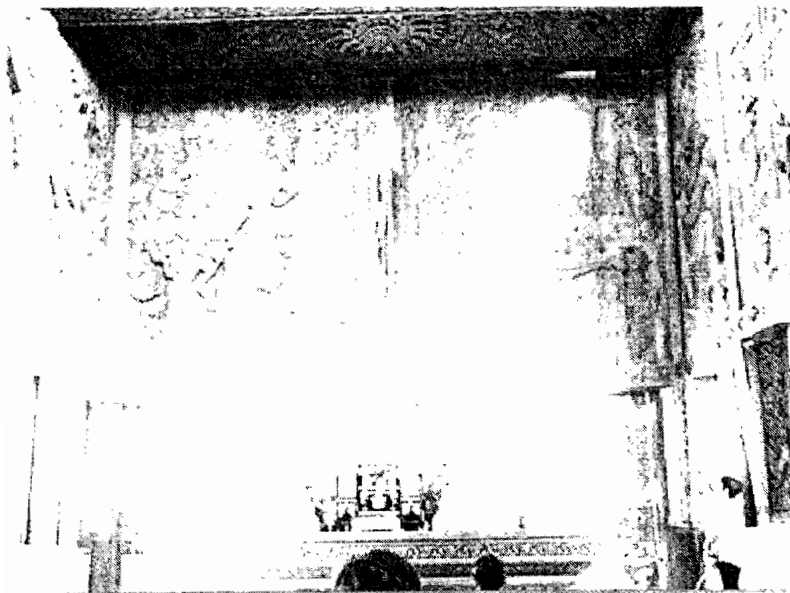
รูปภาพ 25 : แสดงแม่ค้ากำลังขนผลไม้ไปขายที่ตลาดนัดท่าคา



รูปภาพ 26 : แสดงสภาพต้นจากที่ไม่ได้รับการดูแล



รูปภาพ 27 : แสดงตลาดน้ำท่าคา



รูปภาพ 28 : แสดงภาพภายในวัดบางกุ้ง



รูปภาพ 29 : แสดงภาพพระเจ้าตากสิน ณ วัดบางกุ้ง



รูปภาพ 30 . แสดงภาพหลวงพ่อนิรมณี ณ วัดบางกุ้ง



รูปภาพ 31 : แสดงบ้านทรงไทยที่อุทยาน ร.2

ภาคผนวก จ

แบบฟอร์ม

ประวัติอาจารย์ที่ปรึกษาวิชาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง (IS)
โครงการปริญญาโท ภาคพิเศษ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (M.B.A.)
มหาวิทยาลัยนเรศวร

- ชื่อ (ผศ.ดร.) จักรกฤษณ์ นามสกุล ดวงพัสดรา
- สถานที่ทำงาน สำนักเจรจาการค้าบริการ กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
โทรศัพท์ 0-1804-9567, 0-2507-7480 โทรสาร 0-2547-5622
- คุณวุฒิทางการศึกษา
ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา พาณิชยนาวิ
สถาบันการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษาที่จบ 2535
ปริญญาโท Master of Transport Management สาขาวิชา Academic Excellence
สถาบันการศึกษา University of Sydney ประเทศออสเตรเลีย ปีการศึกษาที่จบ 2538
ปริญญาเอก Doctor of Philosophy
สถาบันการศึกษา University of Sydney ประเทศออสเตรเลีย ปีการศึกษาที่จบ 2543
- ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 6 และนักวิชาการพาณิชย์ ระดับ 7

ประวัติผู้วิจัย

- ชื่อ-ชื่อสกุล : นางสาวนพรัตน์ ปานอุทัย
เกิดเมื่อ : 4 ตุลาคม 2514
สถานที่เกิด : ตำบลยานยาว อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 95/649 ม.อุทองเพลสโครงการ 2 ถ.ประชาอุทิศ ต.คูคต อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12130
ตำแหน่งหน้าที่ : สถาปนิก
สถานที่ทำงาน : บริษัท อิตาเลียนไทย ดีเวล็อปเม้นต์ จำกัด (มหาชน)
ประวัติการศึกษา : ปริญญาตรี วทบ. เทคโนโลยีสถาปัตยกรรม สถาบันราชภัฏพระนคร
- ชื่อ-ชื่อสกุล : นางสาวศรวิไล สุขศรีการ
เกิดเมื่อ : 7 พฤษภาคม 2515
สถานที่เกิด : จังหวัดกรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน : 208/8 ซ.ลาดพร้าว 15 แขวงลาดยาว เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร 10900
ตำแหน่งหน้าที่ : พนักงานขาย
สถานที่ทำงาน : บริษัท แสงทองทวี จำกัด
ประวัติการศึกษา : ปริญญาตรี ศศบ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ