

อัครพงศ์ อันทอง
กัณฑ์สินี กัณฑ์วงษ์วาร

**ผลของการจัดการ
การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
ต่อธุรกิจ ชุมชน และผู้เยี่ยมชมเยือน**





ผลของการจัดการ การท่องเที่ยว อย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ ชุมชน และผู้เยี่ยมชม

อักรพงศ์ อินทอง
กัณฑ์สินี กันทะวงศ์วาร

ผลของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ ชุมชน และผู้เยี่ยมชม (The Effect of Responsible Tourism Management on Business, Community and Visitors)

ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม
แผนงานคนไทย 4.0

สนับสนุนโดย: สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

ธันวาคม 2565

คณะวิจัย:

ดร.อัศรพงศ์ อ้นทอง

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ดร.กัณฑ์สินี กันทะวงศ์วาร

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พิมพ์ครั้งที่ 1: ธันวาคม 2565

เลขมาตรฐานสากลประจำหนังสือ-อิเล็กทรอนิกส์: 978-616-398-791-4

จัดทำโดย: แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม คนไทย 4.0

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สนับสนุนโดย: สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

อัศรพงศ์ อ้นทอง.

ผลของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ ชุมชน และผู้เยี่ยมชม.--
เชียงใหม่ : แผนงานคนไทย 4.0 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2565.
323 หน้า.

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. 2. ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรธุรกิจ.

3. การท่องเที่ยว--แง่เศรษฐกิจ. I. กัณฑ์สินี กันทะวงศ์วาร, ผู้แต่งร่วม. II. ชื่อเรื่อง.

338.4791

ISBN 978-616-398-791-4

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ วช. ที่สนับสนุนทุนวิจัย และขอบคุณแผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม แผนงานคนไทย 4.0 ศ.ดร.มิ่งสรรพ ขาวสอาด ประธานอำนวยการแผนงานคนไทย 4.0 ที่ให้โอกาสและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อทีมวิจัยเสมอมา ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 4 ท่าน ได้แก่ ดร.อดิษฐ์ ชัยรัตนานนท์ ผศ.ดร.пенเต มโนมัยวิบูลย์ คุณธนศ วรศรีณย์ และคุณชัชวาล ม่วงพรวน สำหรับข้อเสนอแนะในการดำเนินโครงการ และในการปรับปรุงรายงานให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น รวมทั้งหน่วยบริหารจัดการและส่งมอบผลลัพธ์ (ODU) แผนงานคนไทย 4.0 ที่อำนวยความสะดวก และช่วยประสานงานในเรื่องต่างๆ ทำให้การดำเนินงานวิจัยครั้งนี้เป็นไปอย่างราบรื่น

ขอขอบคุณ ผู้ประกอบการ แกนนำและตัวแทนชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดน่าน และจังหวัดเลย ที่กรุณาเสียสละเวลาให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล โดยเฉพาะผู้ประกอบการในธุรกิจที่พักแรมและร้านอาหารในพื้นที่ทั้ง 3 จังหวัด ที่กรุณาให้รายละเอียดของข้อมูลรายรับและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ขอขอบคุณเทศบาลตำบลเชียงคาน และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สำนักงานพื้นที่พิเศษ 5 (อพท. 5) ที่กรุณาแบ่งปันข้อมูล และให้โอกาสทีมวิจัยได้เข้าพบเพื่อสัมภาษณ์แลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว

อนึ่ง คณะผู้วิจัยหวังว่ารายงานฉบับนี้จะมีประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้องศึกษาต่อไป สำหรับข้อบกพร่องต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น คณะผู้วิจัยขอน้อมรับ และยินดีรับฟังคำแนะนำเพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยต่อไป ■

คณะผู้วิจัย

มิถุนายน 2565

บทสรุปผู้บริหาร

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism: RT) เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญที่จะทำให้จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวมีความยั่งยืน และยังเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทาง (journey) มุ่งสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) ดังนั้น แนวนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจึงเป็นหนึ่งในแนวทางที่จะนำพาการท่องเที่ยวไทยไปสู่การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ (และ/กิจกรรม) การท่องเที่ยว และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทยในอนาคต ซึ่งการออกแบบและการวางแผนนโยบาย มาตรการ และการปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจำเป็นต้องมีความเข้าใจถึงผลของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในส่วนของภาคธุรกิจ ชุมชน และผู้เยี่ยมชม รวมทั้งจำเป็นต้องมีข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับประกอบการวางแผนนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง รายงานฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักที่จะศึกษาถึงผลของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีต่อธุรกิจ ชุมชน และผู้เยี่ยมชม โดยประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยวในการศึกษาทั้งทางด้านอุปทานและอุปสงค์ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

การศึกษาทางด้านอุปทานจะทำให้ทราบต้นทุน-ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ รวมถึงผลที่มีต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น และการสนับสนุนหรือการมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่น ส่วนการศึกษาด้านอุปสงค์จะทำให้ทราบในเบื้องต้นถึงคุณค่าและมูลค่าที่นักท่องเที่ยวให้กับผลิตภัณฑ์ (และ/กิจกรรม) การท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) และปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อขณะที่ท่องเที่ยว รวมถึงการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบหรือจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นสารสนเทศสำคัญสำหรับใช้ประกอบการกำหนดนโยบาย และมาตรการที่จะช่วยกระตุ้นและสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการจัดการและการดำเนินการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่จะนำไปสู่การเพิ่มคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวไทย และส่งผลต่อเนื่องต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย รวมถึงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทยในอนาคต

1. ผลของการจัดการอย่างรับผิดชอบที่มีต่อผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติกโฮเทลที่เป็นกรณีศึกษาดำเนินกิจกรรมหลักที่สำคัญ 3 กิจกรรม ที่เข้าข่ายและเป็นไปตามแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่ซึ่งสามารถช่วยประหยัดต้นทุนในการดำเนินงาน กิจกรรมหลักทั้ง 3 กิจกรรม ได้แก่ การประหยัดพลังงานไฟฟ้า การประหยัดการใช้น้ำ และการลดการใช้พลาสติกภายในโรงแรม โดยการประหยัดพลังงานไฟฟ้าดำเนินการโดยการเปลี่ยนหลอดไฟมาเป็นหลอดแบบ LED การใช้ระบบพลังงานไฟฟ้าแบบโซลาร์เซลล์ในการให้แสงสว่างในพื้นที่ส่วนกลาง เช่น ลานจอดรถ สวน พื้นที่โล่งที่อยู่นอกห้องพัก เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้สามารถช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานให้กับผู้ประกอบการได้ประมาณ 3.24-4.57 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน ขณะที่กิจกรรมการประหยัดน้ำที่ส่วนใหญ่จะเป็นการเปลี่ยนมาใช้ชักโครกและก๊อกน้ำแบบประหยัด รวมถึงการขอความร่วมมือให้ผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ (มีผู้ให้ความร่วมมือไม่เกินร้อยละ 30 ของผู้เข้าพักทั้งหมด) กิจกรรมเหล่านี้สามารถช่วยลดต้นทุนได้ประมาณ 1.08-1.37 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน สำหรับการลดการใช้พลาสติกที่เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สามารถทำให้ผู้ประกอบการลดต้นทุนได้ โดยเฉพาะการเปลี่ยนขวดน้ำที่ให้บริการในห้องพักจากขวดพลาสติกมาเป็นขวดแก้วจะสามารถช่วยลดต้นทุนได้ประมาณ 1.28-1.96 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน ดังนั้น การดำเนินกิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรม จะช่วยลดต้นทุนให้กับผู้ประกอบการได้ประมาณ 5.60-7.90 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน โดยความแตกต่างของต้นทุนที่ประหยัดได้จะขึ้นอยู่กับขนาดของโรงแรมและอัตราการเข้าพัก (occupancy rate)

สำหรับกิจกรรมที่ผู้ประกอบการโรงแรมต้องแบกรับภาระต้นทุนเพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของการจัดการขยะที่ต้องจ่ายเป็นค่าธรรมเนียมในการจัดเก็บขยะให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอัตราที่แตกต่างกัน (ประมาณ 150-250 บาท/เดือน) ซึ่งผู้ประกอบการจะมีต้นทุนเพิ่มขึ้นประมาณ 0.26-0.34 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน (ผู้เข้าพัก 1 คน จะก่อขยะประมาณ 0.50 กิโลกรัม) ส่วนเรื่องการจัดการน้ำเสีย โรงแรมส่วนใหญ่จะมีการวางถังบำบัดน้ำเสีย (ถังแซท) มาตั้งแต่เริ่มต้นก่อสร้างโรงแรม และยังไม่มียาเคมีในการจัดการหรือบำบัดน้ำเสีย นอกจากนี้ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ เช่น การอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่า เป็นต้น ยังเป็นอีกหนึ่งกลุ่มกิจกรรมที่ทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม การดำเนินการอย่างรับผิดชอบของโรงแรมยังได้ช่วยสร้างผลประโยชน์เชิงคุณค่าในระยะยาวให้กับโรงแรม โดยการดำเนินการดังกล่าวจะช่วยทำให้โรงแรมมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นในเรื่องของความเป็นโรงแรมสีเขียวหรือโรงแรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถนำมาสร้างมูลค่าได้ในอนาคต

ตารางที่ 1 ผลของกิจกรรมการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบของโรงแรมบูติกโฮเทลที่เป็นกรณีศึกษา

กิจกรรม	ต้นทุนที่ลดลงเฉลี่ย (บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน)
1. การประหยัดพลังงาน	3.24-4.57
2. การประหยัดน้ำ	1.08-1.37
3. การจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม	1.28-1.96
รวมทั้ง 3 กิจกรรม	5.60-7.90
ต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการจัดการขยะ (บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน)	0.26-0.34

2. ผลของการจัดการอย่างรับผิดชอบที่มีต่อชุมชน

ชุมชนท่องเที่ยวที่มีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ จะได้รับผลประโยชน์ในเบื้องต้นจากการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจลงสู่ชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะในเรื่องของโอกาสทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การให้บริการที่พักแรม การขายอาหารและเครื่องดื่ม การขายของที่ระลึก การขายกิจกรรม การท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดการรวมกลุ่มกันภายในชุมชนเพื่มาดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ซึ่งส่วนใหญ่ยังคงพึ่งพาตลาดดูงานเป็นสำคัญ

นอกจากผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแล้ว ผลการประเมินราคาเงา (shadow price) ยังพบว่า เพื่อให้ความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่นคนหนึ่งซึ่งไม่ได้มีส่วนร่วมและรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นของตนเองเท่ากับคนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมและรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นของตนเองต้องชดเชยด้วยรายได้ประมาณ 11,000 และ 8,200 บาท/เดือน ตามลำดับ หรืออาจกล่าวได้ว่า ราคาเงาของการที่คนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นของตนเองมีค่าประมาณ 11,000 และ 8,200 บาท/เดือน ตามลำดับ

นอกจากนี้ การที่คนท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (วัดผ่านความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต) ช่วยกระตุ้นให้คนท้องถิ่นมีการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นตนเองเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับการให้ข้อมูลกับคนท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่เกิดขึ้นภายในท้องถิ่นของตนเอง โดยเฉพาะในเรื่องของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ภายในท้องถิ่น

สำหรับกรณีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งจากกรณีศึกษาที่เทศบาลตำบลเชียงคาน พบว่า เทศบาลฯ มีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบใน 3 เรื่องสำคัญ ได้แก่ การจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับชุมชน การจัดการขยะ และการดูแลในเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน และอื่นๆ ที่มักเกี่ยวข้องกับการดูแลสาธารณูปโภคและ

ความปลอดภัย รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมด้านวัฒนธรรมที่สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การจัดการขยะถือเป็นภาระทางด้านงบประมาณที่สำคัญที่เทศบาลฯ ต้องแบกรับ โดยจากการประมาณการ พบว่า พ.ศ. 2562 เทศบาลฯ ต้องแบกรับภาระด้านงบประมาณในการจัดการขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยวประมาณ 0.47 บาท/คน (นักท่องเที่ยว 1 คน จะก่อขยะประมาณ 0.60 กิโลกรัม/คน) ซึ่งจากจำนวนนักท่องเที่ยว 1.12 ล้านคน ใน พ.ศ. 2562 เทศบาลฯ ต้องใช้งบประมาณถึง 0.49 ล้านบาท (หรือประมาณร้อยละ 28 ของงบประมาณรายจ่ายงานกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลที่เป็นงบดำเนินการ) ในการจัดการกับขยะประมาณ 663.24 ตัน (หรือประมาณร้อยละ 28.37 ของปริมาณขยะทั้งหมดที่เทศบาลฯ จัดเก็บได้)

3. ผลของการจัดการอย่างรับผิดชอบที่มีต่อผู้เยี่ยมชม

การเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ของผู้เยี่ยมชม ณ จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่ไปเยือนทำให้ผู้เยี่ยมชมได้รับความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งจากผลการประเมินราคาเงา (shadow price) ทำให้ทราบว่าเพื่อให้ความพึงพอใจในการไปเยือนเชิงคานของผู้เยี่ยมชมคนหนึ่งที่ไม่ได้ไปเดินทางคนใดคนหนึ่งเท่ากับผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนเชิงคานแล้วได้เดินเยี่ยมชมหรือซื้อของในถนนคนเดินเชิงคาน ต้องชดเชยด้วยจำนวนเงินประมาณ 2,500 บาท/คน/ทริป หรืออาจกล่าวได้ว่า ราคาเงาของการเดินเยี่ยมชมหรือซื้อของในถนนคนเดินเชิงคานมีค่าประมาณ 2,500 บาท/คน/ทริป ในขณะที่การเดินเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนจะมีราคาเงาประมาณ 2,220 บาท/คน/ทริป (สำหรับกรณีชุมชนเชิงคาน) และ 1,200 บาท/คน/ทริป สำหรับกรณีชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต

นอกจากนี้ การที่ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจในการมาเยือนเพิ่มขึ้นยังมีส่วนทำให้ผู้เยี่ยมชมมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบในขณะที่ท่องเที่ยว และมีผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางเช่นเดียวกับการมีส่วนร่วมในสังคม และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม ที่ซึ่งเป็นอีกสองสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชมเมื่อไปเยือนจุดหมายปลายทาง และยังมีผลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวของตนเอง

4. ข้อเสนอแนะ

1) ภาครัฐควรมีนโยบายสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจทางธุรกิจที่เพียงพอในการจูงใจให้ภาคธุรกิจที่สนใจหันมาจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เช่น การกำหนดระเบียบราคาในการเบิกค่าใช้จ่ายของหน่วยงานราชการให้มีระดับราคาสูงขึ้น หากเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักหรือร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน green hotel หรือ

8

green restaurant หรือมีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ
การลดค่าไฟฟ้าและ/หรือน้ำประปาให้กับสถานประกอบการหากมีการประหยัดพลังงานไฟฟ้า
และการใช้น้ำ เป็นต้น

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาให้ความรู้และสร้างความเข้าใจถึงผลประโยชน์
ที่เกิดขึ้นในระยะยาวจากการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ
ให้กับผู้ประกอบการ รวมถึงการสนับสนุนให้มีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการจัดการและ
การดำเนินงานที่นำมาสู่ความรับผิดชอบต่อที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งการจัดหาแหล่งสินเชื่อ
ดอกเบี้ยต่ำให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการจัดการและดำเนินงานตามแนวทางดังกล่าว โดยเฉพาะ
ในเรื่องของการประหยัดพลังงานไฟฟ้า การประหยัดการใช้น้ำ และการดูแลและการจัดการสิ่งแวดล้อม
ที่ต้องมีการลงทุนในระยะแรกค่อนข้างสูง

3) ควรปรับปรุงและออกกฎหมายที่ให้อำนาจกับหน่วยงานและ/องค์กรท้องถิ่น
(เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการก่อกองขยะและการใช้ประโยชน์จาก
ทรัพยากรท้องถิ่นของการท่องเที่ยว เพื่อนำรายรับดังกล่าวมาใช้ในการจัดการขยะ และดูแลพัฒนา
สาธารณูปโภค รวมถึงคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น

4) การสนับสนุนและดำเนินโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ควรเป็นไปในลักษณะของการเสริมให้ชุมชนมีทุนสังคมที่เข้มแข็งมากขึ้น ผ่านการทำงานร่วมกันใน
ลักษณะของการเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกันแทนการทำงานเป็นกลุ่มหรือแบ่งแยกการทำงานภายใน
ชุมชนเดียวกัน

5) หากต้องการกระตุ้นให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและสนับสนุนการจัดการ
ท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่น ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรเปิดโอกาสและจัดเวทีให้คนท้องถิ่น
ได้เข้ามามีส่วนร่วมกับการจัดการและการดำเนินงาน รวมทั้งการให้ข้อมูลกับคนท้องถิ่นเกี่ยวกับ
การจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่นอยู่เสมอ โดยเฉพาะในเรื่องของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับ
การดูแลแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น

6) การรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวและการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน
ของจุดหมายปลายทาง จะช่วยให้ผู้เยี่ยมชมมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อในขณะที่ไปเยือนจุดหมาย
ปลายทาง และยังมีผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ
ดังนั้น ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการจัดทำและเผยแพร่ชุดข้อมูลดังกล่าวในรูปแบบที่หลากหลาย
เช่น คลิปวิดีโอ การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์/โซเชียลมีเดีย (social media) การใช้อินฟลูเอนเซอร์
(influencer) ฯลฯ ที่สามารถสื่อสารได้โดยตรงกับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจ เป็นต้น ■

บทคัดย่อ

รายงานฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีต่อธุรกิจ ชุมชน และผู้เยี่ยมชม โดยประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยวในการศึกษาทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และประยุกต์ใช้วิธีการศึกษาที่สำคัญ 3 วิธี ได้แก่ การประเมินต้นทุน-ผลตอบแทนตามแนวคิดเศรษฐศาสตร์ 2) การประเมินราคาเงาตามแนวคิด life satisfaction approach (LSA) และ 3) การประยุกต์ใช้สมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลอง

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการอย่างรับผิดชอบช่วยลดต้นทุนการดำเนินงานให้กับผู้ประกอบการโรงแรมประเภทบูติกไฮเทล โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า การใช้น้ำ และการลดการใช้พลาสติก ซึ่งสามารถลดต้นทุนได้ประมาณ 3.24-4.57, 1.08-1.37 และ 1.28-1.96 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน ตามลำดับ ขณะที่การจัดการขยะจะเป็นภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น โดยมีต้นทุนเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 0.26-0.34 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน เช่นเดียวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ เช่น การอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่า เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การดำเนินการอย่างรับผิดชอบต่อโรงแรมช่วยสร้างผลประโยชน์เชิงคุณค่าในระยะยาวในเชิงของภาพลักษณ์ของการเป็นโรงแรมสีเขียวหรือโรงแรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมซึ่งสามารถนำมาสร้างมูลค่าได้ในอนาคต

สำหรับชุมชนได้รับประโยชน์หลักจากการเชื่อมโยงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจลงสู่ชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น โอกาสทางธุรกิจ การจ้างงาน เป็นต้น ขณะที่นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมและรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เป็นบุคคลที่มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น (มีราคาเงา) และยินดีสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ขณะที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องแบกรับภาระด้านงบประมาณในการจัดการขยะที่เกิดจากท่องเที่ยว (0.60 กิโลกรัม/คน หรือ 0.47 บาท/คน) รวมถึงการดูแลเรื่องความปลอดภัย และโครงสร้างพื้นฐาน

ส่วนผู้เยี่ยมชมได้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) โดยผู้เยี่ยมชมยินดีใช้จ่ายเพิ่มขึ้นให้กับความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นจากการร่วมกิจกรรมดังกล่าว (มีราคาเงา) และความพึงพอใจที่เพิ่มขึ้นยังมีผลทำให้ผู้เยี่ยมชมมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว และมีผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

10

การศึกษานี้ได้ให้ข้อเสนอแนะบางประการเพื่อการขยายแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยภาครัฐควรมีนโยบายที่สร้างแรงจูงใจทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ รวมถึงการให้ความรู้และสร้างความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในเรื่องผลในระยะยาวที่เกิดจากการจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ รวมถึงการจัดทำและเผยแพร่ชุดข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลและการดำเนินงานของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เป็นไปตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้สามารถสื่อสารได้โดยตรงกับนักท่องเที่ยวและ/คนที่สนใจ ■

ABSTRACT

This report aims to study the effects of responsible tourism management on businesses, communities, and visitors by applying the concept of tourism economics in the study of both the supply and demand of responsible tourism. Three important methods are applied in this study. These methods consist of the cost-benefit analysis based on the economics concept, the shadow price valuation based on life satisfaction approach (LSA), and structural equation model (SEM) to examine the causal relationship of the model.

The results of the study found that responsible management helps to reduce the operating cost of boutique hotels, especially activities related to electricity saving, water usage, and reducing the use of plastic. These activities can reduce the cost by about 3.24-4.57, 1.08-1.37 and 1.28-1.96 Baht/guest, respectively. Waste management will be an additional burden with an average increase in cost about 0.26-0.34 Baht/guest, as well as conservation-related activities such as preserving old wooden houses. However, responsible hotels can provide long-term benefits in terms of the image of being a green hotel or a socially and environmentally responsible hotel that can bring future value.

The main benefit for communities is derived from linking economic benefits to the community in various ways, such as business opportunities, employment, etc. Local people who are involved and understand responsible tourism management, will be people with a better quality of life (with a shadow price) and willing to support responsible tourism management. On the other hand, the local government must bear the burden of budget for waste management caused by tourism (0.60 kg/person or 0.47 Baht/person). This includes taking care of safety and infrastructure.

Visitors will experience increased satisfaction by participating in responsible tourism activities. They will be willing to spend more on satisfaction derived from participating in such activities (with shadow price). Furthermore, an increased satisfaction will also result as visitors become more responsible while traveling. This will affect their choice of travel destinations.

12

This study offers some suggestions for expanding guidelines to extend responsible tourism management. The government should have policies that create business incentives for entrepreneurs, including, educating, and creating understanding among tourism destination stakeholders on the long-term effects of responsible tourism management. The dissemination of information in accordance with responsible tourism guidelines is the key. This should be communicated directly to tourists and interested parties. ■

สารบัญ

บทที่ 1	บทนำ	23
1.1	ความสำคัญและที่มาของปัญหา	23
1.2	วัตถุประสงค์ของการศึกษา	27
1.3	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	27
1.4	ขอบเขตการศึกษา	28
1.5	กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา	30
1.5.1	การศึกษาด้านอุปทานของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	32
1.5.2	การศึกษาด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	37
1.6	กรณีศึกษา ประชากรและตัวอย่าง	40
1.7	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล	43
1.8	การนำเสนอรายงาน	46
บทที่ 2	การทบทวนวรรณกรรม	49
2.1	การสำรวจพรมแดนความรู้จากวรรณกรรมด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	52
2.2	การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	63
2.3	นิยามการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible tourism)	67
2.4	การศึกษาในอดีตเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	69
2.4.1	การศึกษาเกี่ยวกับอุปทาน การพัฒนา และแนวทางการพัฒนา (guidelines)	69
2.4.2	การศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	77
2.4.3	การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	79
บทที่ 3	กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมบูติกแห่งหนึ่งในจังหวัดน่าน	83
3.1	สถานการณ์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	84
3.2	การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	88
3.3	ผลของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	95
3.4	ผลการประเมินการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	97
3.4.1	กิจกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้า	98
3.4.2	กิจกรรมการประหยัดการใช้น้ำ	103
3.4.3	กิจกรรมการใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน	106
3.4.4	กิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม	109
3.5	ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นต่อการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	113

บทที่ 4	กรณีศึกษาธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่	115
4.1	สถานการณ์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	116
4.2	การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	120
4.3	ผลของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	122
4.3.1	รายรับจากกิจกรรมที่มีการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	122
4.3.2	ต้นทุนของกิจกรรมที่มีการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	125
4.4	ผลการประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	127
4.4.1	กิจกรรมการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง	127
4.4.2	กิจกรรมร้านอาหารอินทรีย์	130
4.4.3	กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	131
4.5	ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นต่อการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	133
บทที่ 5	กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยว (ถนนคนเดินเชียงใหม่)	135
5.1	สถานการณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงใหม่	136
5.2	การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของเทศบาลตำบลเชียงใหม่	140
5.2.1	การจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับชุมชน	140
5.2.2	การจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับขยะ	142
5.2.3	การจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	146
5.3	การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของธุรกิจที่พักแรม	148
5.3.1	กรณีตัวอย่างที่พักแรมแบบโฮมสเตย์	148
5.3.2	กรณีตัวอย่างที่พักแรมแบบเกสต์เฮาส์ที่เป็นบ้านไม้เก่า	151
5.3.3	กรณีตัวอย่างที่พักแรมแบบเกสต์เฮาส์บ้านไม้ที่ก่อสร้างใหม่	153
5.3.4	กรณีตัวอย่างที่พักแรมแบบโรงแรมประเภทบูติกโฮเทล	156
5.4	การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของชุมชน	170
บทที่ 6	มุมมองและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นและผู้เยี่ยมชม	175
6.1	มุมมองและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	175
6.1.1	ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง (กรณีคนท้องถิ่น)	176
6.1.2	ความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน	178
6.1.3	มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	179
6.1.4	การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชน	182
6.1.5	การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม	185
6.1.6	การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	187
6.1.7	ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต	189

6.2	มุมมองและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม	191
6.2.1	ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง (กรณีผู้เยี่ยมชม)	191
6.2.2	พฤติกรรมและประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงคุณค่า	193
6.2.3	ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	198
6.2.4	การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม	199
6.2.5	มุมมองต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	200
6.2.6	การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของชุมชนเชิงคุณค่า	201
บทที่ 7	ปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	205
7.1	กรอบแนวคิด ตัวแปร แบบจำลอง และสมมติฐาน	206
7.1.1	กรอบแนวคิดในการพัฒนาแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	206
7.1.2	การคัดเลือก การกำหนดตัวแปร และการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	207
7.1.3	การพัฒนาแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	211
7.1.4	การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลอง	214
7.2	ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลอง	217
7.2.1	มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	218
7.2.2	การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน)	220
7.2.3	การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น	221
7.2.4	การรับรู้ผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น	222
7.2.5	การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น	223
7.3	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	225
7.4	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น	232
บทที่ 8	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	243
8.1	กรอบแนวคิด ตัวแปร แบบจำลอง และสมมติฐาน	244
8.1.1	กรอบแนวคิดในการพัฒนาแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	244
8.1.2	การคัดเลือก การกำหนดตัวแปร และการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	245
8.1.3	การพัฒนาแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	249
8.1.4	การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลอง	253
8.2	ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝงต่างๆ ในแบบจำลอง	256
8.2.1	ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม	257
8.2.2	การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม	258
8.2.3	มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม	260
8.2.4	การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม	261
8.2.5	พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม	263
8.2.6	การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	264

8.3	ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	266
8.4	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	275
บทที่ 9	สรุปและข้อเสนอแนะ	283
9.1	สรุปผลการศึกษา	285
9.1.1	ต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	286
9.1.2	มุมมองและการรับรู้ต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	290
9.1.3	ปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	292
9.1.4	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	293
9.2	ข้อเสนอแนะ	295
	บรรณานุกรม	297
	ภาคผนวก: เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	310

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	ผลของกิจกรรมการดำเนินงานอย่างรับผิดชอบของโรงแรมบูติกโฮเทลที่เป็นกรณีศึกษา	6
ตารางที่ 1.1	สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำกิจกรรมเพื่อรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ	30
ตารางที่ 1.2	วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา และที่มาของข้อมูล	32
ตารางที่ 3.1	การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของโรงแรม	93
ตารางที่ 3.2	ต้นทุน-ผลประโยชน์จากการจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ พ.ศ. 2562	97
ตารางที่ 3.3	ประมาณการค่าไฟฟ้าที่สามารถประหยัดได้จากกิจกรรมประหยัดพลังงานของโรงแรม	103
ตารางที่ 3.4	ประมาณการค่าน้ำที่สามารถประหยัดได้จากกิจกรรมการประหยัดน้ำของโรงแรม	105
ตารางที่ 3.5	ประมาณการผลตอบแทนสุทธิจากการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน	107
ตารางที่ 3.6	ประมาณการผลตอบแทนสุทธิจากการใช้กาแฟที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน	108
ตารางที่ 3.7	ประมาณการผลตอบแทนสุทธิจากการใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น	109
ตารางที่ 3.8	ประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม	110
ตารางที่ 3.9	ประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	111
ตารางที่ 4.1	ต้นทุน-ผลตอบแทนของการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงขนาด 1 กิโลกรัม พ.ศ. 2562	129
ตารางที่ 4.2	ต้นทุน-ผลตอบแทนของร้านอาหารอินทรีย์ พ.ศ. 2562	131
ตารางที่ 4.3	ต้นทุน-ผลตอบแทนของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พ.ศ. 2562	132
ตารางที่ 4.4	ต้นทุน-ผลตอบแทนของทั้ง 3 กิจกรรม พ.ศ. 2562	133
ตารางที่ 5.1	ประมาณการต้นทุนการจัดการขยะจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่เทศบาลตำบลเชียงคาน พ.ศ. 2562	146
ตารางที่ 5.2	การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างการรับผิดชอบของโรงแรม	159
ตารางที่ 5.3	ประมาณการค่าไฟฟ้าที่สามารถประหยัดได้จากกิจกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าของโรงแรม	164
ตารางที่ 5.4	ประมาณการค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้จากกิจกรรมการประหยัดน้ำของโรงแรม	167
ตารางที่ 5.5	ประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม	168
ตารางที่ 5.6	ประมาณการต้นทุนของกิจกรรมการดูแลและอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่า	169
ตารางที่ 6.1	ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง (กรณีคนท้องถิ่น)	176
ตารางที่ 6.2	สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง (กรณีคนท้องถิ่น)	177
ตารางที่ 6.3	ความเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน	178
ตารางที่ 6.4	มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก	180
ตารางที่ 6.5	มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน	181
ตารางที่ 6.6	การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก	182
ตารางที่ 6.7	การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน	183

ตารางที่ 6.8	ทัศนคติต่อผลของการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก	184
ตารางที่ 6.9	ทัศนคติต่อผลของการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน	185
ตารางที่ 6.10	การมีส่วนร่วมในสังคมของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก	186
ตารางที่ 6.11	การมีส่วนร่วมในสังคมของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน	186
ตารางที่ 6.12	การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก	187
ตารางที่ 6.13	การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน	188
ตารางที่ 6.14	ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก	189
ตารางที่ 6.15	ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน	190
ตารางที่ 6.16	ความแตกต่างของความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นใน 2 ชุมชน	190
ตารางที่ 6.17	ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง (กรณีผู้เยี่ยมชม)	191
ตารางที่ 6.18	สภาพทางเศรษฐกิจของตัวอย่าง (กรณีผู้เยี่ยมชม)	192
ตารางที่ 6.19	พฤติกรรมและประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชุมชนเชียงคาน	194
ตารางที่ 6.20	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเยือนชุมชนเชียงคานในครั้งนี้	195
ตารางที่ 6.21	การเยี่ยมชมและ/หรือกิจกรรมในการมาเยือนชุมชนเชียงคานครั้งนี้	196
ตารางที่ 6.22	ค่าใช้จ่ายในการมาเยือนชุมชนเชียงคานครั้งนี้	196
ตารางที่ 6.23	พฤติกรรมขณะท่องเที่ยวในชุมชนเชียงคานในครั้งนี้	197
ตารางที่ 6.24	ความพึงพอใจที่ได้รับหลังจากการมาเยือนชุมชนเชียงคาน	198
ตารางที่ 6.25	ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	199
ตารางที่ 6.26	การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม	200
ตารางที่ 6.27	มุมมองต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	200
ตารางที่ 6.28	การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของชุมชนเชียงคาน	202
ตารางที่ 6.29	การเปรียบเทียบการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบระหว่างคนท้องถิ่นกับผู้เยี่ยมชมของชุมชนเชียงคาน	202
ตารางที่ 7.1	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	208
ตารางที่ 7.2	ผลการทดสอบ multivariate normality	211
ตารางที่ 7.3	ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนของแบบจำลองต่างๆ	213
ตารางที่ 7.4	การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดตามลักษณะเฉพาะของ 2 ชุมชน	215
ตารางที่ 7.5	การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลโครงสร้างตามลักษณะเฉพาะของ 2 ชุมชน	216
ตารางที่ 7.6	ผลการตรวจสอบความแตกต่างของเส้นอิทธิพลทางตรงตามลักษณะเฉพาะของ 2 ชุมชน	217
ตารางที่ 7.7	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	219
ตารางที่ 7.8	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น	220
ตารางที่ 7.9	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น	222
ตารางที่ 7.10	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการรับรู้ผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น	223
ตารางที่ 7.11	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น	224

ตารางที่ 7.12	ตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดมุมมอง การรับรู้ ผลลัพธ์ที่ดี และการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	225
ตารางที่ 7.13	ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน (goodness of fit)	226
ตารางที่ 7.14	ผลการทดสอบสมมติฐาน	227
ตารางที่ 7.15	ขนาดของอิทธิพลที่ตัวแปรต่างๆ มีผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตและการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	231
ตารางที่ 7.16	ตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในแบบจำลองปัจจัยที่อิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น	233
ตารางที่ 7.17	ค่าสถิติพรรณนาของตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในแบบจำลองปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น	234
ตารางที่ 7.18	ค่าสถิติการตัดสินใจสำหรับพิจารณาเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม	236
ตารางที่ 7.19	ค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น	237
ตารางที่ 7.20	ค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น ใน 2 ชุมชน	240
ตารางที่ 7.21	ผลการประเมินราคาเงาของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่น	241
ตารางที่ 8.1	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	246
ตารางที่ 8.2	ผลการทดสอบ multivariate normality	249
ตารางที่ 8.3	ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนของแบบจำลองต่างๆ	251
ตารางที่ 8.4	การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนทั้ง 2 ชุมชน	254
ตารางที่ 8.5	การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลโครงสร้างตามกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนทั้ง 2 ชุมชน	254
ตารางที่ 8.6	ผลการตรวจสอบความแตกต่างของเส้นอิทธิพลทางตรงตามลักษณะเฉพาะของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนทั้ง 2 ชุมชน	255
ตารางที่ 8.7	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม	258
ตารางที่ 8.8	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม	259
ตารางที่ 8.9	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม	261
ตารางที่ 8.10	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม	262
ตารางที่ 8.11	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม	263
ตารางที่ 8.12	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	265
ตารางที่ 8.13	ตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดความตระหนัก มุมมอง การรับรู้ พฤติกรรมที่รับผิดชอบ และการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	266
ตารางที่ 8.14	ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน (goodness of fit)	267
ตารางที่ 8.15	ผลการทดสอบสมมติฐานหลัก	268
ตารางที่ 8.16	ขนาดของอิทธิพลที่ตัวแปรต่างๆ มีผลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	273

ตารางที่ 8.17	ตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในแบบจำลองปัจจัยที่อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	275
ตารางที่ 8.18	ค่าสถิติพรรณนาของตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในแบบจำลองปัจจัยที่อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	277
ตารางที่ 8.19	ค่าสถิติการตัดสินใจสำหรับพิจารณาเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม	279
ตารางที่ 8.20	ค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	279
ตารางที่ 8.21	ผลการประเมินราคาของกิจกรรมท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทางที่ผู้เยี่ยมชมไปเยือน	282
ตารางที่ 9.1	ประมาณการผลตอบแทนสุทธิของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อกรณีศึกษาโรงแรมบูติก พ.ศ. 2562	287
ตารางที่ 9.2	ประมาณการผลตอบแทนสุทธิของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อกรณีศึกษาร้านอาหารอินทรีย์ พ.ศ. 2562	288
ตารางที่ 9.3	ประมาณการผลตอบแทนสุทธิของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อกรณีศึกษาโรงแรมบูติกโฮเทลที่ตั้งอยู่บนถนนคนเดินเชียงคาน พ.ศ. 2562	290
ตารางที่ 9.4	ตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดมุมมอง และการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ	291

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1.1	กรอบแนวคิดในภาพรวมของการศึกษา	31
ภาพที่ 1.2	กรอบแนวคิดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	36
ภาพที่ 1.3	กรอบแนวคิดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม	39
ภาพที่ 2.1	ภาพอนาคตของการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนตามมุมมองทางด้านอุปทาน (supply side)	50
ภาพที่ 2.2	จำนวนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีการตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563	53
ภาพที่ 2.3	แนวโน้มจำนวนบทความที่มีการตีพิมพ์สูงสุดใน 5 วารสารแรก จากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563	54
ภาพที่ 2.4	ความถี่ของคำสำคัญในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563	55
ภาพที่ 2.5	แนวโน้มประเด็นความรู้ในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563	56
ภาพที่ 2.6	ความถี่ของคำสำคัญในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus ในสองช่วงเวลา (พ.ศ. 2545-2559 และ พ.ศ. 2560-2563)	57
ภาพที่ 2.7	เครือข่ายของคำสำคัญในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563	59
ภาพที่ 2.8	Thematic Map ของประเด็นความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563	60
ภาพที่ 2.9	วิวัฒนาการของประเด็นความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563	62
ภาพที่ 5.1	จำนวนและรายรับจากนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเชียงคาน พ.ศ. 2554-2563	138
ภาพที่ 5.2	สถิตินักท่องเที่ยวของเชียงคาน พ.ศ. 2558-2562	139
ภาพที่ 5.3	จำนวนนักท่องเที่ยวและปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน	143
ภาพที่ 7.1	กรอบแนวคิดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	206
ภาพที่ 7.2	แบบจำลองตามกรอบแนวคิด (base model) และแบบจำลองทางเลือก (alternative model)	212
ภาพที่ 7.3	แบบจำลองปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	214
ภาพที่ 7.4	ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นในชุมชนเชียงคาน	229

ภาพที่ 7.5	ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นในชุมชนบ่อสวก	229
ภาพที่ 8.1	กรอบแนวคิดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	244
ภาพที่ 8.2	แบบจำลองตามกรอบแนวคิด (base model) และแบบจำลองทางเลือก (alternative model)	250
ภาพที่ 8.3	แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	252
ภาพที่ 8.4	ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	270

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมา (ก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด-19) ประสบความสำเร็จอย่างเด่นชัดในด้านการเพิ่มขึ้นของรายรับและขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนและรายรับจากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไทยสามารถก้าวสู่การเป็นหนึ่งในสี่ประเทศที่มีรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดในโลก (UNWTO, 2020) ขณะเดียวกัน ภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยวยังกลายมาเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจสำคัญของไทยทั้งในแง่ของการสร้างมูลค่าเพิ่มและการจ้างงาน โดยใน พ.ศ. 2562 ภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 18 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 12 ของการจ้างงานทั้งหมด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) อย่างไรก็ตาม ดัชนีความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel & Tourism Competitiveness Index: TTCI) ที่รายงานโดย World Economic Forum (WEF) แสดงให้เห็นว่า กว่าทศวรรษที่ผ่านมา (ตั้งแต่ พ.ศ. 2552) การท่องเที่ยวไทยยังคงมีปัญหาในเรื่องความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคม-วัฒนธรรม และความปลอดภัยภายในประเทศ (WEF, 2009; 2019) ขณะที่การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (Covid-19) ใน พ.ศ. 2563 แสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงทางเศรษฐกิจของไทยในการพึ่งพาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพึ่งพาตลาดต่างประเทศที่มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 71 (WTTC, 2020)

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (sustainable tourism) เป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญทั้งในระดับนานาชาติและระดับชาติ โดยการพัฒนาตามแนวทางดังกล่าวเป็นการคำนึงถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต และการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนพื้นฐานของการเพิ่มผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจและสังคม (UNEP and UNWTO, 2005) ขณะเดียวกันก็ต้องลดผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยว หรืออาจกล่าวได้ว่าความยั่งยืนของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้หากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลในสามมิติที่สำคัญ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และ

สิ่งแวดลอม (Dredge, 2008; Mathew and Sreejesh, 2017) สำหรับประเทศไทยการสร้าง ความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ต่อเนื่องจนถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ที่ได้มีการระบุเป็นเป้าหมายในยุทธศาสตร์ที่ 4 ที่ว่าด้วยการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเน้นไปที่มิติสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยหวังว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะเป็นอุตสาหกรรม ที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืนและสร้างการมีส่วนร่วมในสังคม รวมทั้งมุ่งหวังที่จะสร้างพื้นฐานที่แข็งแกร่งให้กับ การเติบโตของการท่องเที่ยวไทย นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอาจเป็นหนึ่งในแนวทางที่หลายประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง ของการท่องเที่ยวจะนำมาใช้และให้ความสำคัญมากขึ้นหลังจากการระบาดของโรคโควิด-19 โดยเฉพาะในประเด็นของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นหนึ่งในแนวโน้ม สำคัญของการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเกิดขึ้นหลังการระบาดของโควิด-19

ทั้งนี้หากพิจารณาตามแนวคิดเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนมีเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดสวัสดิการสูงสุด (welfare maximization) กับสังคม (Diallo, Diop-Sall, Leroux and Valette-Florence, 2015; Zhang, 2016; Prince and Ioannides, 2017; Zagonari, 2019) ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อราคาซื้อขายบริการท่องเที่ยวอยู่ ณ ระดับดุลยภาพ (equilibrium) และแสดงให้เห็นถึงการจัดการการท่องเที่ยวที่มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะ พบได้ในกรณีตลาดแข่งขันสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของไทยไม่ได้เป็นไปตามเงื่อนไข ในอุดมคติดังกล่าว ราคาของบริการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นไม่ได้สะท้อนถึงต้นทุนทั้งหมด เนื่องจาก มีผลกระทบเชิงลบ (negative impact) หรือผลกระทบภายนอก (externalities) ที่เป็นต้นทุนของ การท่องเที่ยว ซึ่งไม่ได้รวมอยู่ในต้นทุนเอกชน (private cost) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายความว่า ราคาของบริการท่องเที่ยวในกรณีดังกล่าวไม่เท่ากับต้นทุนสังคม (social cost) อย่างไรก็ตาม หนึ่งในแนวทางที่สามารถลดผลกระทบเชิงลบ (minimize negative impacts) ของการท่องเที่ยว คือ การจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism: RT) ที่เป็นหนึ่ง ใน การท่องเที่ยววิถีใหม่ (regenerative tourism) ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นตั้งแต่ พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา เนื่องจาก การจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism management) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการและ/ชุมชนต่างยินดีรับผิดชอบต่อผลกระทบภายนอกที่เป็นต้นทุนของการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวก็มีพฤติกรรม ที่รับผิดชอบต่อและ/ยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบภายนอกที่เกิดขึ้นจากการใช้ บริการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของตนเอง (Camilleri, 2016; Kim, Park, Reisinger and Lee, 2018; Zagonari, 2019) โดยการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยว ที่มีบทบาทสำคัญที่จะทำให้จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวมีความยั่งยืน (Goodwin, 2002; 2011; Paul and Rupesh, 2014; Stoffelen, Adiyia, Vanneste and Kotze, 2020)

นอกจากนี้ หากพิจารณาในมุมมองของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า การศึกษาในอดีตเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมักมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับมิติทางด้านสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ (Robinot and Giannelloni 2010; Ballantyne, Packer and Falk, 2011; Lee, Jan and Yang; 2013; Caruana, Glozer, Crane and McCabe, 2014) ขณะที่การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบหรือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (responsible tourist) จะมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับมิติทางด้านสังคม (Davis, Green and Reed, 2009; Dolnicar, 2010; Ballantyne Packer and Falk, 2011; Lee, Jan and Yang, 2013; Zgolli and Zaiem, 2018) ซึ่งการมีส่วนร่วมในสังคม (social engagement) ณ จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว และการที่นักท่องเที่ยวมีความตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (concern with sustainable tourism) เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของจุดหมายปลายทางที่ตนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว (Gonzalez, Korchia, Menuet and Urbain, 2009; Diallo et al., 2015; Zgolli and Zaiem, 2018) เนื่องจาก การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีเป้าหมายสำคัญที่จะลดผลกระทบเชิงลบ (negative impact minimization) ของการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (Goodwin, 2002; 2011; Frey and George, 2010; Mathew and Sreejesh, 2017; Yoon, Jeong, Chon and Yoon, 2019)

อย่างไรก็ตาม การจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบไม่เพียงแต่มุ่งเน้นที่จะลดผลกระทบเชิงลบเท่านั้น แต่อาจทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) กับการท่องเที่ยวได้รับผลประโยชน์ (benefits) เพิ่มขึ้นด้วย เช่น รายได้ที่เพิ่มขึ้นของผู้ให้บริการการท่องเที่ยว (รวมถึงคนในชุมชน) อันเนื่องมาจากการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน (increase well-being) ที่เป็นผลมาจากการลดลงของผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว อรรถประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว (increase tourists utility) จากประสบการณ์ที่เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับสังคมที่ตนเองไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ การจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบยังเป็นหนึ่งในแนวทางที่กระตุ้นให้เกิดทุนสังคม (social capital) ด้วยการประสานเชื่อมโยงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ทั้งภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยว และ/ชุมชน) และยังเป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่มีความยืดหยุ่น (resilience) ซึ่งจะเป็เกราะป้องกัน เมื่อเผชิญกับความเสียหายให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว รวมถึงช่วยในการเพิ่มมูลค่า (หรือคุณค่า) ให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวมูลค่าสูง) และยังสามารถช่วยให้เกิดการปรับตัวเข้าสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ในอนาคต

จากการทบทวนการศึกษาในอดีตในประเทศไทย พบช่องว่างทางความรู้ที่จะนำไปสู่การวางแผนทางเชิงนโยบายและการปฏิบัติที่สำคัญคือ ในประเทศไทยยังขาดงานศึกษาเชิงประจักษ์ที่แสดงถึงต้นทุน-ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ อย่างเช่น หากภาคเอกชน (หรือผู้ประกอบการ) มีเป้าหมายที่จะมุ่งสู่

ความยั่งยืนโดยใช้การดำเนินกิจกรรมที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (corporate social responsibility: CSR) ในโครงการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม แต่ขณะเดียวกันการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวของผู้ประกอบการรายนี้ก็ยังคงสร้างปัญหาหรือมีผลกระทบเชิงลบบางประการต่อสังคม เนื่องจากการไม่มีการจัดการที่รับผิดชอบต่อผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นกับสังคม ดังนั้นจึงควรวิเคราะห์ ต้นทุน-ผลประโยชน์ของการดำเนินการของผู้ประกอบการรายนี้ว่าเป็นอย่างไร เป็นต้น นอกจากนี้ ยังขาดการศึกษาเกี่ยวกับความยินดีที่จะจ่ายเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว (หรือราคา/มูลค่าที่นักท่องเที่ยวจ่าย) เพื่อแสดงความรับผิดชอบต่อผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวของตนเอง (นักท่องเที่ยวยินดีแบกรับภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นแทนการผลกระทบให้กับสังคม หรือชุมชน หรือผู้ให้บริการ) และความเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่กระตุ้นและ/มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษานี้พยายามประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีทางด้านเศรษฐศาสตร์ การท่องเที่ยวในการเติมเต็มความรู้ให้กับช่องว่างดังกล่าว ด้วยการศึกษถึงผลของการจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างธุรกิจ ชุมชน/ท้องถิ่น และผู้เปราะบาง

ดังนั้นเพื่อให้มีข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับประกอบการวางนโยบายและมาตรการเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่จะนำไปสู่การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ (และ/กิจกรรม) การท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของไทยในอนาคต การศึกษานี้จึงพยายามตอบคำถามที่สำคัญว่า การจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีต้นทุน-ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวอย่างไร และการจัดการตามแนวทางดังกล่าวสามารถเพิ่มคุณค่า (มูลค่า) ให้กับผลิตภัณฑ์ (และ/กิจกรรม) การท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด ซึ่งในการตอบคำถามดังกล่าวจำเป็นต้องมีข้อมูลที่มาจากการศึกษาทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ โดยในด้านอุปทานจำเป็นต้องศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลขนาดของต้นทุน-ผลประโยชน์ส่วนเพิ่ม (marginal cost and marginal revenue/benefit) ที่เกิดกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะในประเด็นของผลประโยชน์ส่วนบุคคลที่ธุรกิจและ/ผู้ประกอบการได้รับจากการดำเนินการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงมูลค่าผลกระทบที่มีต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยในจุดหมายปลายทางที่มีการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งอาจเป็นผลต่อเนื่องจากการสนับสนุนและ/การมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่นในการดำเนินการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ณ จุดหมายปลายทางที่ตนเองพำนักอาศัย ขณะที่การศึกษาด้านอุปสงค์จะเป็นการศึกษาเพื่อประเมินถึงมูลค่าที่นักท่องเที่ยวยินดีจ่ายเพิ่มขึ้นให้กับผลิตภัณฑ์ (และ/กิจกรรม) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (หรือราคา/มูลค่าที่นักท่องเที่ยวให้กับผลิตภัณฑ์/กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม) และข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วยในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาเชิงประจักษ์จะเป็นสารสนเทศ

สำคัญสำหรับนำไปใช้ประกอบการให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย มาตรการ และใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ (เช่น ค่าธรรมเนียม การเก็บและ/ลดหย่อนภาษี เป็นต้น) ที่จะช่วยกระตุ้นและ/สนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการจัดการและ/การดำเนินการและ/การพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อที่จะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทยในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) ประเมินต้นทุน-ผลประโยชน์ส่วนเพิ่มที่เกิดจากการจัดการและ/การดำเนินงานตามแนวทางของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว
- 2) ประเมินมูลค่าผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐศาสตร์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อที่มีต่อคนที่ท่องเที่ยวที่พำนักในจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ
- 3) ศึกษาปัจจัยที่เป็นสาเหตุในการอธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของคนท่องเที่ยวที่พำนักอาศัยในจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ
- 4) ประเมินราคาเงา (shadow price) ที่ผู้เยี่ยมชม (ชาวไทย) ให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบต่อ) ที่เป็นต้นทุนทางสังคมที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง
- 5) ค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชม (ชาวไทย) มีพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อและตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการและ/การดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ
- 6) เสนอนโยบาย มาตรการ และเครื่องมือ ที่ช่วยกระตุ้นและ/สนับสนุนส่งเสริมการจัดการและ/การดำเนินงานที่เป็นการพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ผู้ประกอบการ ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นกรณีศึกษามีข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับประกอบการตัดสินใจในการกำหนดแนวทางการจัดการและ/การพัฒนาการท่องเที่ยวของตนเอง เพื่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบน้อยลงกว่าที่เป็นอยู่ รวมถึงการร่วมกันสร้างมูลค่า (หรือคุณค่า) ให้กับกิจกรรมและ/บริการการท่องเที่ยวที่จะนำมาสู่การเป็นต้นแบบให้กับผู้ประกอบการ ชุมชน และท้องถิ่นอื่นๆ ที่สนใจได้ศึกษาเรียนรู้ในอนาคต

2) เกิดการเรียนรู้และนำแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อใช้ในการดำเนินงานและ/จัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ที่สนใจ ซึ่งจะนำมาสู่การใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคต

3) เกิดข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย มาตรการ และเครื่องมือที่จะช่วยกระตุ้นและ/ส่งเสริมให้เกิดการจัดการและ/การพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย และการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของไทยได้ในอนาคต

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ (responsible tourism) ภายใต้การศึกษานี้ หมายถึง รูปแบบและ/กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถลดผลกระทบเชิงลบของการท่องเที่ยวและ/ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนและ/จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (ดูรายละเอียดที่มาของนิยามได้ในบทที่ 2 หัวข้อ 2.3) โดยกิจกรรมและ/จุดหมายปลายทางที่อยู่ภายใต้ขอบเขตการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ การศึกษานี้ มีลักษณะสำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1) รูปแบบและ/กิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นต้องสามารถลดผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยวและ/ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนและ/พื้นที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยคนในชุมชนและ/สังคมในพื้นที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวรับรู้ถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นดังกล่าว

2) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับรูปแบบและ/กิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น ๆ สามารถรับรู้และอธิบายต้นทุนและผลประโยชน์ที่เกิดจากรูปแบบและ/กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นการจัดการและ/การดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

โดยรูปแบบและ/กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อที่เป็นเป้าหมายภายใต้การศึกษานี้มีการดำเนินการและให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชม (นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน 3 ระดับ คือ ผู้ประกอบการ ชุมชนที่มีการท่องเที่ยว และจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยว ดังมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

1) ระดับผู้ประกอบการที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม (โรงแรม/เกสต์เฮาส์) ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น หากผู้ประกอบการมีการดำเนินกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม (corporate social responsibility: CSR) กิจกรรมนั้นต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตตามนิยามของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของการศึกษานี้

2) ระดับชุมชนที่มีการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ/หรือ การท่องเที่ยวในชุมชน โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนต้องอยู่ภายใต้ขอบเขตตามนิยามของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อการศึกษา และจะต้องสามารถประเมินต้นทุน-ผลประโยชน์ และการแบ่งปันส่วนระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเชิงประจักษ์ได้

3) ระดับจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหนึ่ง ในหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยว โดยกิจกรรมและ/หรือการจัดการที่เกี่ยวข้อง กับท่องเที่ยวต้องเป็นรูปแบบการจัดการที่อยู่ภายใต้ขอบเขตตามนิยามของการท่องเที่ยวอย่าง รับผิดชอบต่อการศึกษา และในการศึกษาจะให้ความสำคัญกับการจัดการขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับความสามารถในการรองรับ (carrying capacity: CC) ปัญหาขยะและน้ำ (น้ำใช้และน้ำเสีย) หรือประเด็นอื่น ๆ ตามการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

สำหรับทางด้านอุปสงค์หรือผู้ใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ พิจารณาจากผู้เยี่ยมชม (visitors) ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยว (tourists) และนักทัศนาจร (excursionists) เฉพาะที่เป็นคนไทย ซึ่งต้องรับรู้และใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ ณ จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ศึกษา

จากข้อมูลการสำรวจการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยที่รายงานโดยการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ดังแสดงในตารางที่ 1.1 พบว่า ในระหว่างเดินทางท่องเที่ยวภายใน ประเทศ คนไทยมีการทำกิจกรรมบางประเภทที่เข้าข่ายของการมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่าง รับผิดชอบต่อ เช่น การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม การไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ การเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์ เป็นต้น โดยกิจกรรมเพื่อสังคมและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมที่คนไทยนิยมทำ 3 ลำดับแรก ระหว่าง เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้แก่ การอุดหนุนร้านค้า/สินค้าท้องถิ่นในชุมชน การเรียนรู้ การท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และการไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ ตามลำดับ โดยกิจกรรมทั้งสามเป็นกิจกรรมที่คนไทยมีแนวโน้มที่จะทำเพิ่มขึ้นในระหว่างท่องเที่ยว (พิจารณาจากการเปรียบเทียบสัดส่วนระหว่าง พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2562) สำหรับกิจกรรมประเภท ที่เป็นการใช้ชีวิตและทำกิจกรรมประจำวันร่วมกับคนท้องถิ่น เช่น การพักอาศัยในโฮมสเตย์ เป็นต้น เป็นกิจกรรมเดียวที่มีสัดส่วนของคนไทยที่ทำกิจกรรมดังกล่าวลดลง

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการสำรวจเดียวกันยังแสดงให้เห็นว่า คนไทยได้รับประโยชน์ จากการได้ทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยว ภายในประเทศในสัดส่วนที่น้อยกว่าการทำกิจกรรมอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด และมีสัดส่วนของคนไทย ที่ได้รับประโยชน์จากการทำกิจกรรมดังกล่าวลดลงในปี พ.ศ. 2562 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 (ปี พ.ศ. 2562 มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 6.2 ของผู้ตอบแบบสำรวจ ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2560 ที่มี สัดส่วนร้อยละ 18.2 ของผู้ตอบแบบสำรวจ)

ตารางที่ 1.1 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ทำกิจกรรมเพื่อรักษาสังคมและสิ่งแวดล้อมระหว่างเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

กิจกรรม	หน่วย: ร้อยละ	
	พ.ศ. 2560 (n = 22,000 คน)	พ.ศ. 2562 (n = 31,028 คน)
1. อุดหนุนร้านค้า/สินค้าท้องถิ่นในชุมชน	80.9	89.9
2. เรียนรู้การท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น ไม่ทิ้งขยะ ไม่ขีดเขียนต้นไม้	31.1	76.5
3. เรียนรู้การท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ เช่น ไม่เหยียบปะการัง ฯลฯ	22.8	71.2
4. เข้าร่วมงานเทศกาลประเพณีท้องถิ่น	28.0	60.8
5. ใช้บริการที่พักด้วยความใส่ใจสิ่งแวดล้อม/เดินทางด้วยยานพาหนะประหยัดพลังงาน/ใช้ระบบขนส่งมวลชนแทนรถยนต์/ลดการใช้พลาสติก/โฟม	15.8	59.3
6. ทำกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น เช่น ทอดผ้า ทานา ทำอาหาร	23.1	35.9
7. เข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์ เช่น ปลูกป่า เก็บขยะ สร้างฝาย ปลอยเต่า	20.6	27.8
8. เดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นอาสาสมัคร	1.6	15.9
9. ใช้ชีวิตและทำกิจกรรมประจำวันร่วมกับคนท้องถิ่น (โฮมสเตย์)	25.9	2.6
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2560; 2562)		

1.5 กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา

การศึกษานี้มีเป้าหมายที่มุ่งเน้นศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย มาตรการ และเครื่องมือที่จะช่วยกระตุ้น จูงใจ และส่งเสริมให้เกิดการจัดการและ/การพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ (ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการ ชุมชน/ท้องถิ่น และผู้เยี่ยมชม) โดยหวังว่าการจัดการและ/การพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อจะสามารถช่วยบรรเทาและลดผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว และทำให้กิจกรรมและ/แหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่า (และ/มูลค่า) สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (regenerative tourism) ที่ให้ความสำคัญมากขึ้นกับความรับผิดชอบต่อที่มีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม รวมถึงความปลอดภัยในการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดการและ/การพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อยังช่วยในการเตรียมความพร้อมให้กับจุดหมายปลายทางและ/ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการปรับตัวเมื่อเผชิญกับความเสี่ยง รวมถึงการปรับตัวที่จะนำมาสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต โดยมีกรอบแนวคิดของการศึกษาในภาพรวมดังแสดงในภาพที่ 1.1

จากกรอบแนวคิดในภาพที่ 1.1 จะเห็นได้ว่า การได้มาซึ่งสารสนเทศสำหรับการให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย จำเป็นต้องมีการศึกษาทั้งในด้านอุปทาน (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว ในจุดหมายปลายทาง ได้แก่ ผู้ประกอบการ ชุมชน (รวมถึงคนท้องถิ่น) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) และอุปสงค์ (ผู้เยี่ยมชม) โดยอาศัยพื้นฐานแนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ซึ่งก่อนที่จะกล่าวถึงรายละเอียดในแต่ละกรอบแนวคิดและวิธีการศึกษาทั้งทางด้านอุปทานและอุปสงค์ ส่วนแรกขอนำเสนอภาพรวมที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์ของการศึกษา แนวคิดและวิธีการศึกษา และที่มาของข้อมูล เพื่อง่ายต่อการทำความเข้าใจในรายละเอียด ดังแสดงในตารางที่ 1.2

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในภาพรวมของการศึกษา



ตารางที่ 1.2 วัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา และที่มาของข้อมูล

วัตถุประสงค์	แนวคิดและวิธีการศึกษา	ที่มาของข้อมูล
1. ประเมินต้นทุน-ผลประโยชน์จากการจัดการและ/การดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทาง	• ประเมินต้นทุนที่เป็น private cost ของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียบนพื้นฐานของการประเมินตามแนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ • ประยุกต์แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษาเพื่อให้ได้มาซึ่งปัจจัยและ/แรงจูงใจที่ทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเลือกจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	• สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดหมายปลายทางที่เป็นกรณีศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการ ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการดำเนินงาน และการพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
2. ประเมินมูลค่าผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐศาสตร์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีต่อคนท้องถิ่นที่พำนักในจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	• ประยุกต์ใช้ life satisfaction approach ประเมินมูลค่าของผลประโยชน์ที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีต่อคนท้องถิ่น	• สัมภาษณ์คนท้องถิ่น ณ จุดหมายปลายทางที่มีการจัดการและ/การพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
3. ศึกษาปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นที่พำนักในจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	• วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนการจัดการและ/การพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น	
4. ประเมินราคาเงาที่ผู้เยี่ยมชม (คนไทย) ให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ที่เป็นต้นทุนทางสังคมที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง	• ประยุกต์ใช้ tourist satisfaction approach ประเมินราคาเงา (shadow price) ของกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ)	• สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการการท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางและ/พื้นที่เป้าหมายที่มีการจัดการและ/การพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
5. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชม (คนไทย) มีพฤติกรรมและตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	• วิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	

จากตารางที่ 1.2 มีรายละเอียดของแนวคิดและวิธีการศึกษาแต่ละด้านพอสังเขปดังนี้

1.5.1 การศึกษาด้านอุปทานของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

การศึกษาด้านอุปทานแบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่ การประเมินต้นทุน-ผลประโยชน์ของการจัดการและ/การดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การประเมินมูลค่าผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐศาสตร์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มี

ต่อคนท้องถิ่นที่พำนักในจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และศึกษาปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นที่พำนักในจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ดังมีรายละเอียดของกรอบแนวคิดและวิธีการศึกษาในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

1) การประเมินต้นทุน-ผลประโยชน์ของการจัดการและ/การดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในระดับผู้ประกอบการ ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยประยุกต์ใช้แนวคิดการศึกษาต้นทุนจากฐานกิจกรรม (activity based costing) ร่วมกับแนวทางการประเมินต้นทุน-ผลตอบแทนตามแนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ศึกษาถึงโครงสร้างของต้นทุน-ผลประโยชน์ส่วนเพิ่มที่เกิดขึ้นเมื่อมีการจัดการและ/การดำเนินงานตามแนวทางของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ รวมถึงการจัดสรรปันส่วนผลประโยชน์ภายในกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ณ จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษา และปัจจัยและ/แรงจูงใจที่กระตุ้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจัดการและ/ดำเนินการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

การศึกษาในส่วนนี้ประยุกต์ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่าง ๆ ในเชิงลึก ทั้งที่เป็นการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวและแบบกลุ่มกับผู้ที่ยินดีให้รายละเอียดของข้อมูลต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและ/การดำเนินงาน โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) พร้อมทั้งการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ด้วยการใช้แบบสัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์และพูดคุยกับตัวอย่างที่เป็นกรณีศึกษาถึงประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น รายละเอียดของกิจกรรมและ/การดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ รายรับ-ต้นทุนของการดำเนินงานและการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยว (ทั้งกิจกรรมทั่วไป และกิจกรรมตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ) การตัดสินใจเลือกดำเนินการและ/จัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เป็นต้น สำหรับการพัฒนาแบบสัมภาษณ์ขอนำเสนอรายละเอียดในหัวข้อที่ 1.7

2) การประเมินมูลค่าผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐศาสตร์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีต่อคนท้องถิ่นที่พำนักในจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เพื่อทราบถึงมูลค่าตัวเงิน (monetary value) ของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นที่พำนักในจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยในการศึกษาจะประยุกต์ใช้แนวคิด life satisfaction approach (LSA) ที่เสนอโดย Easterlin (1974) ซึ่งนิยมใช้ประเมินราคาเงา (shadow price) ของคุณลักษณะของสิ่งแวดล้อม (Welsch, 2007; Luechinger, 2009; Frey, Luechinger and Stutzer, 2010; Ambrey, Fleming and Chan, 2014) มาประเมินราคาเงาของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของชุมชนและ/ท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ผ่านสมการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจในชีวิตที่เป็นสมการ reduced form ดังนี้

$$LS_{ij} = \alpha RT_j + \beta \ln Y_i + \delta S_i + \varepsilon_{ij} \quad (1)$$

โดยที่	LS_{ij}	คือ ความพึงพอใจในชีวิตของคนที่ i ที่พำนักร ณ จุดหมายปลายทาง j
	RT_j	คือ การมีส่วนร่วมและ/การรับรู้ถึงการมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ ณ จุดหมายปลายทาง j
	Y_i	คือ รายได้ต่อเดือนของคนที่ i
	S_i	คือ ลักษณะทางสังคม-เศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคน ที่ i

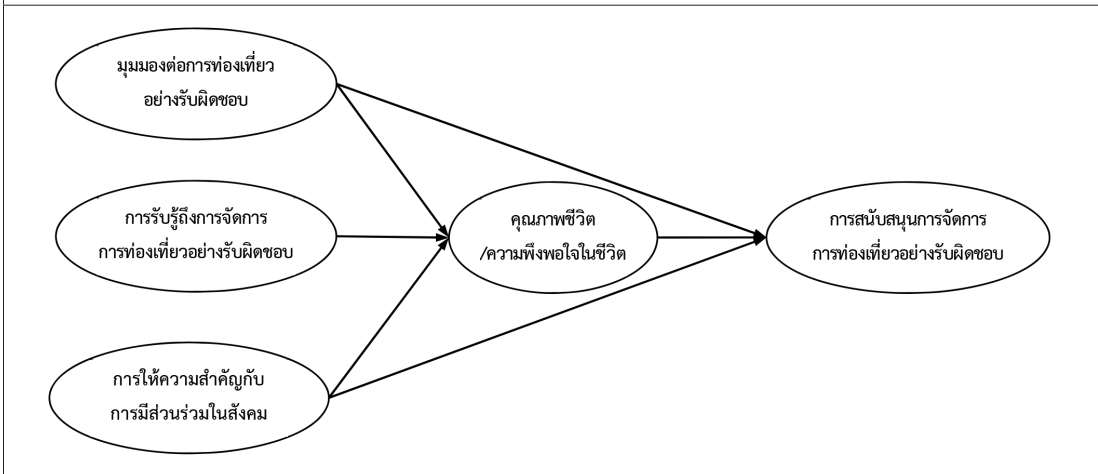
เมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่น ๆ ในสมการที่ (1) คงที่ มูลค่าของผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสามารถประเมินได้จากการวิเคราะห์อัตราหน่วยสุดท้ายของการทดแทนกัน (marginal rate of substitution: MRS) ระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ ณ จุดหมายปลายทาง j กับรายได้ของคนที่ i ทั้งนี้เนื่องจากสมการความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในชีวิตกับรายได้อาจมีความสัมพันธ์แบบไม่ใช้เส้นตรง แต่อยู่ในรูปแบบลอการิทึม (logarithm) ที่แสดงถึงอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่มที่ลดน้อยถอยลงเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลง ดังนั้น จากหลัก compensating surplus (CS) และการสมมติให้กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อเป็นกิจกรรมที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น เนื่องจากกิจกรรมดังกล่าวช่วยลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยวที่ส่งผลให้คนท้องถิ่นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (ทำให้คนท้องถิ่นมีความพึงพอใจในชีวิตเพิ่มขึ้น) จึงสามารถคำนวณมูลค่าผลกระทบของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อที่เป็นตัวเงินได้จาก $\bar{y} - e^{[\ln \bar{y} - (\alpha/\beta)]}$

3) การศึกษาปัจจัยที่เป็นสาเหตุในการอธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของคนท้องถิ่นที่พำนักร ณ จุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ เป็นการศึกษเพื่อตรวจสอบและค้นหาปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของคนท้องถิ่นที่พำนักร ณ จุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดที่ใช้ในการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยที่สามารถอธิบายการสนับสนุนการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่นมาเป็นแนวทางในการพัฒนารอบแนวคิดและแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของคนท้องถิ่น ซึ่งส่วนใหญ่ประยุกต์ใช้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (social exchange theory) และทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (theory of reasoned action) ในการพัฒนารอบแนวคิดและแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา (Ap, 1992; Yoon, Gursoy and Chen, 2001; Nunkoo and So, 2016; อัครพงศ์ อ้นทอง, กันต์ลีณี กันทะวงศ์วาร และณัฐพล อนันต์อินสาร, 2561)

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมมักถูกประยุกต์ใช้ในการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้ผลเสียและผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการสนับสนุนการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่น ขณะที่ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลมักถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุสำหรับตรวจสอบและค้นหาปัจจัยที่ทำให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งอาจมาจากปัจจัยที่หลากหลายนอกเหนือจากการรับรู้ผลเสียและผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เช่น การรับรู้ถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่น การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น มุมมองที่คนท้องถิ่นมีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น เป็นต้น จากทฤษฎีทั้งสองจะเห็นได้ว่า ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลมีความเหมาะสมมากกว่าในการนำมาประยุกต์ใช้กำหนดกรอบแนวคิดเพื่อพัฒนาแบบจำลองสำหรับตรวจสอบและค้นหาปัจจัยที่นอกเหนือจากการรับรู้ถึงผลเสียและผลประโยชน์ที่สามารถอธิบายการสนับสนุนการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่น (Dyer, Gursoy, Sharma and Carter, 2007; Nunkoo and So, 2016; อัครพงศ์ อ้นทอง, กันต์สินี กันทะวงค์วาร และณัฐพล อนันต์ธนสาร, 2561)

จากข้างต้น การศึกษานี้จึงประยุกต์ใช้ทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผลร่วมกับสารสนเทศที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่นในการพัฒนารอบแนวคิดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น โดยแบบจำลองตามกรอบแนวคิดดังกล่าวประกอบด้วยตัวแปรภายนอกที่สำคัญสามตัวแปรที่มีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น ได้แก่ มุมมองของคนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น และการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม (social engagement) ของคนท้องถิ่น โดยปัจจัยภายนอกทั้งสามปัจจัยมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตหรือความพึงพอใจในชีวิต (quality of life/ life satisfaction) โดย Látková and Vogt (2012) Nunkoo (2015) และ อัครพงศ์ อ้นทอง และวารภรณ์ ดวงแสง (2562) พิสูจน์ให้เห็นว่า มุมมองและการรับรู้มีผลต่อการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่น ขณะที่ Methew and Sreejesh (2017) และ Font and Lynes (2018) แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมในสังคมเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น นอกจากนี้ ในงานศึกษาของ Mathew and Sreejesh (2017) ยังพบว่า การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิต (quality of life) ของคนท้องถิ่น ขณะที่ Nunkoo and Smith (2013) Nunkoo and So (2016) และ อัครพงศ์ อ้นทอง กันต์สินี กันทะวงค์วาร และณัฐพล อนันต์ธนสาร (2561) ค้นพบว่า ความพึงพอใจในชีวิตเป็นหนึ่งในตัวแปรคนกลาง (mediator variable) ที่สำคัญในการส่งผ่านอิทธิพลจากตัวแปรภายนอกไปยังการสนับสนุนการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่น และปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่นมีลักษณะความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่ซับซ้อนในลักษณะรูปแบบที่หลากหลาย ดังนั้น จากข้อค้นพบและข้อสังเกตของการศึกษาในอดีตสามารถนำมาพัฒนาเป็นแบบจำลองตามสมมติฐานที่เป็นกรอบแนวคิดได้ดังแสดงในภาพที่ 1.2

ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น



จากกรอบแนวคิดในภาพที่ 1.2 ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร ซึ่งมีนิยามพอสังเขป ดังนี้

ตัวแปรที่ 1: มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หมายถึง ความคิดเห็นของคนท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทางที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบ มีการแบ่งปันผลประโยชน์และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ตัวแปรที่ 2: การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หมายถึง การที่คนท้องถิ่นรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบเชิงลบ การแบ่งปันผลประโยชน์ และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ตัวแปรที่ 3: การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม หมายถึง การที่คนท้องถิ่นมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือ ห่วงใย และแบ่งปันกับสังคม รวมถึงความตระหนักและความสนใจในสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในสังคม

ตัวแปรที่ 4: คุณภาพชีวิต/ความพึงพอใจในชีวิต โดยคุณภาพชีวิต หมายถึง การแสดงความรู้สึกของคนท้องถิ่นต่อสภาพความเป็นอยู่ และการใช้ชีวิตของตนเอง ส่วนความพึงพอใจในชีวิต หมายถึง ความรู้สึกของคนท้องถิ่นต่อชีวิตของตนเอง

ตัวแปรที่ 5: การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หมายถึง การยอมรับและสนับสนุนของคนท้องถิ่นต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบ มีการแบ่งปันผลประโยชน์ และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยว

ในท้องถิ่น เพราะเห็นถึงผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่ชุมชนจะได้รับ โดยที่การสนับสนุนของคนท้องถิ่นอาจอยู่ในรูปของการประเพณีและปฏิบัติตนตามข้อตกลงของชุมชน การให้ความร่วมมือ การเข้าร่วมกิจกรรม การให้ความช่วยเหลือและข้อเสนอแนะต่อนักท่องเที่ยว และการสนับสนุนส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในการท่องเที่ยว เป็นต้น

1.5.2 การศึกษาด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

การศึกษาด้านอุปสงค์แบ่งออกเป็น 2 ส่วนสำคัญ ได้แก่ การประเมินราคาเงา (shadow price) ของกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ที่ซึ่งผู้เยี่ยมชมได้เข้าร่วมกิจกรรมของจุดหมายปลายทางที่มีการดำเนินการตามแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ซึ่งสะท้อนถึงความรับผิดชอบต่อต้นทุนทางสังคมที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง และการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมมีพฤติกรรมและตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ดังมีรายละเอียดของกรอบแนวคิดและวิธีการศึกษาในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

1) การประเมินราคาเงาที่ผู้เยี่ยมชมจ่ายผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อร่วมรับผิดชอบต่อต้นทุนทางสังคม (social cost) ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง โดยประยุกต์แนวคิด tourist satisfaction approach (TSA) ที่พัฒนามาจาก life satisfaction approach (LSA) (Lian and Wang, 2017) ในการประเมินราคาเงาของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ผู้เยี่ยมชมเลือกเข้าร่วมหรือใช้บริการขณะไปเยือนจุดหมายปลายทางที่สามารถช่วยลดผลกระทบเชิงลบและ/สร้างผลประโยชน์ให้กับจุดหมายปลายทางที่ไปเยือนผ่านแบบจำลองปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจรวมที่ได้รับจากการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมดังนี้

$$TS_{ij} = \alpha RT_j + \beta \ln C_i + \gamma AT_j + \delta X_i + \varepsilon_{ij} \quad (2)$$

โดยที่	TS_{ij}	คือ ความพึงพอใจรวมของผู้เยี่ยมชมคนที่ i ในการไปเยือนจุดหมายปลายทาง j
	RT_j	คือ การใช้บริการและการเข้าร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ณ จุดหมายปลายทาง j เช่น ระยะเวลาในการร่วมทำกิจกรรมที่อนุรักษ์วัฒนธรรมภายในชุมชน จำนวนครั้งในการซื้ออาหารที่ผลิตจากวัตถุดิบภายในชุมชน เป็นต้น
	C_i	คือ ค่าใช้จ่ายต่อทริปที่ผู้เยี่ยมชมคนที่ i ใช้จ่ายขณะที่ไปเยือนจุดหมายปลายทาง j

AT_j คือ การใช้บริการกิจกรรมและ/สิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ เมื่อไปเยือนจุดหมายปลายทาง j

X_i คือ คุณลักษณะทางสังคม-เศรษฐกิจ ของผู้เยี่ยมชมคนที่ i

จากระดับความพึงพอใจของการไปเยือนจุดหมายปลายทางที่กำหนด เมื่อหาอนุพันธ์รวมของสมการที่ (2) โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นๆ คงที่ ยกเว้น RT_j และ C_i จะได้ว่า

$$dTS_{ij} = \frac{\beta}{C_i} dC_i + \alpha dRT_j \quad (3)$$

ดังนั้น เมื่อกำหนดให้ $dTS_{ij} = 0$ สามารถประเมินความยินดีที่จะจ่ายส่วนเพิ่ม (marginal willingness to pay: WTP) ของผู้เยี่ยมชมคนที่ i สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ณ จุดหมายปลายทาง j ด้วยการคำนวณหาราคาเงาของกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ณ จุดหมายปลายทาง j จากการวิเคราะห์อัตราหน่วยสุดท้ายของการทดแทนกัน (marginal rate of substitution: MRS) ระหว่างกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ณ จุดหมายปลายทาง j กับค่าใช้จ่ายต่อทริปของนักท่องเที่ยว i ดังนี้

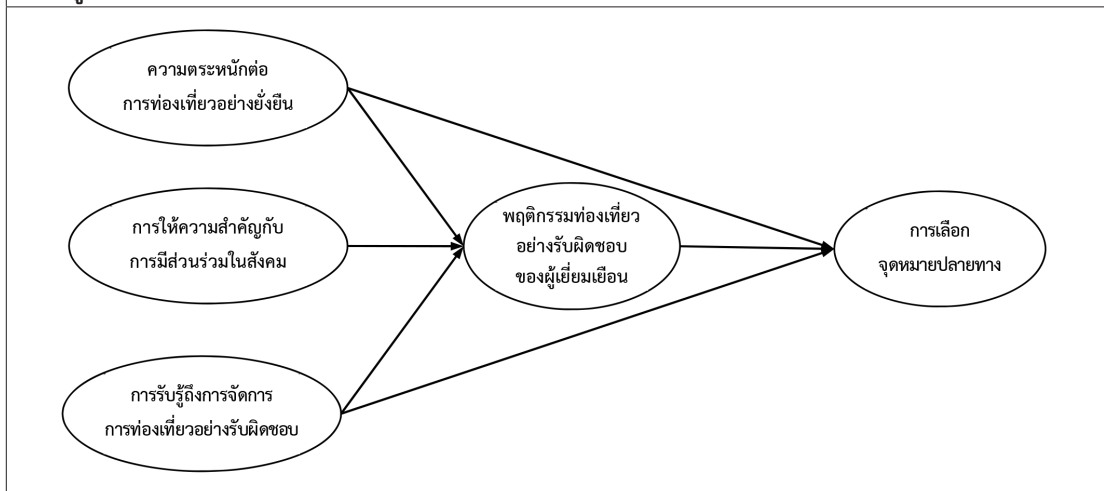
$$\frac{dC_i}{dRT_j} \Big|_{dTS_{ij}=0} = \left| \frac{\alpha}{\beta} C_i \right| \quad (4)$$

สำหรับตัวแปรความพึงพอใจรวมในแบบจำลองนี้ หมายถึง การที่ผู้เยี่ยมชมได้รับความเพลิดเพลิน ประสบการณ์ที่ดีกว่าที่คาดหวัง และพึงพอใจกับการเลือกมาเยือนจุดหมายปลายทางนี้

2) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมมีพฤติกรรมและตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เป็นการศึกษาเพื่อตรวจสอบและค้นหาปัจจัยที่อธิบายพฤติกรรมและการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อสังคมของนักท่องเที่ยว (Gonzalez et al., 2009; Lee et al., 2013; Diallo et al., 2015; Zgolli and Zaïem, 2018) ร่วมกับแนวคิดการเลือกจุดหมายปลายทาง (choice of destination) ที่เสนอโดย Um and Crompton (1990) แม้ว่าการศึกษาในประเทศนี้จะมีจำนวนน้อย แต่การศึกษาที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่พบว่า พฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของนักท่องเที่ยวมักจะถูกกระตุ้นจากปัจจัย

ภายในตัวบุคคลของนักท่องเที่ยว (personal factors) และบริบทแวดล้อม (contextual factors) ทางสังคมที่หลากหลาย โดยการศึกษาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสองตัวแปรสำคัญที่เป็นปัจจัยภายในตัวบุคคล ได้แก่ การมีส่วนร่วมในสังคม (social engagement) และความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Diallo et al., 2015; Zgolli and Zaiem, 2018) ส่วนทัศนคติและการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญของบริบทแวดล้อม (Chiappa, Grappi and Romani, 2016; Zgolli and Zaiem, 2018) โดยปัจจัยทั้งสอง นอกจากจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังอาจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมผ่านพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของนักท่องเที่ยวไปยังการเลือกจุดหมายปลายทาง (Budeanu, 2007; Zgolli and Zaiem, 2018) หรืออาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของนักท่องเที่ยวอาจเป็นตัวแปรคั่นกลางสำคัญในการส่งผ่านอิทธิพลของปัจจัยภายในตัวบุคคลและบริบทแวดล้อมไปยังการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว จากข้อค้นพบและข้อสังเกตของการศึกษาในอดีตสามารถนำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดของแบบจำลองตามสมมติฐานของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมได้ดังแสดงในภาพที่ 1.3

ภาพที่ 1.3 กรอบแนวคิดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อและการเลือกจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของผู้เยี่ยมชม



จากกรอบแนวคิดในภาพที่ 1.3 ประกอบด้วยตัวแปร 5 ตัวแปร ซึ่งมีนิยามพอสังเขป ดังนี้

ตัวแปรที่ 1: ความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง ความรู้สึกรู้สึกของผู้เยี่ยมชมเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่าและเหมาะสม และรับผิดชอบต่อผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในประเด็นของสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรที่ 2: การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม หมายถึง การที่ผู้เยี่ยมชมมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือ ห่วงใย และแบ่งปันกับสังคม รวมถึงความตระหนักและความสนใจสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในสังคม

ตัวแปรที่ 3: การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หมายถึง การที่ผู้เยี่ยมชมรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดหมายปลายทางที่ไปเยือนว่า มีการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบเชิงลบ การแบ่งปันผลประโยชน์ และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ตัวแปรที่ 4: พฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชม หมายถึง การที่ผู้เยี่ยมชมมีพฤติกรรมที่แสดงถึงความห่วงใยต่อผลกระทบของการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นกับเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับการสร้างผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนและ/จุดหมายปลายทางที่ไปเยือน

ตัวแปรที่ 5: การเลือกจุดหมายปลายทาง หมายถึง การที่ผู้เยี่ยมชมเลือกจุดหมายปลายทางที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง ตอบสนองต่อข้อตกลงร่วมกันหรือความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง (ครอบครัว หรือคนใกล้ชิด) และสามารถเดินทางไปได้

1.6 กรณศึกษา ประชากรและตัวอย่าง

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย ผู้ประกอบการชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว การศึกษานี้เลือกกรณีศึกษาแบบเฉพาะเจาะจง โดยเลือกผู้ที่ยินดีให้ความร่วมมือในการให้รายละเอียดของข้อมูลตามโครงสร้างของแบบสัมภาษณ์ โดยเฉพาะในประเด็นของต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและ/การดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม พื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษาสำหรับประเมินต้นทุน-ผลประโยชน์จากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในการศึกษานี้ สามารถแบ่งออกตามระดับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยวได้ 3 ระดับ ดังมีรายละเอียดในแต่ละระดับพอสังเขปดังนี้ (ดูรายละเอียดของข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวของแต่ละกรณีศึกษาในบทที่ 3-บทที่ 5)

1) ระดับผู้ประกอบการ ประกอบด้วย

(1) โรงแรมบูติกแห่งหนึ่ง ในจังหวัดน่าน: เป็นโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานโรงแรมสีเขียว (green hotel) ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมมากกว่า 6 ปี โดยโรงแรมมีการวางระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยน้ำสู่ท่อระบายน้ำสาธารณะ มีการเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED ทั้งหมด (สามารถช่วยลดค่าไฟได้ประมาณร้อยละ 5 ของค่าไฟฟ้าเดิม) มีการรณรงค์ให้ลดการใช้พลาสติกและสารเคมีในโรงแรม มีการใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น พืชผัก แชมพูและครีมอาบน้ำ ผ้าและของตกแต่งภายในโรงแรม เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการนำผลิตภัณฑ์และโปรแกรมท่องเที่ยว (package tour) ของชุมชน (ที่ได้รับการส่งเสริมจาก อพท.) มาวางเพื่อประชาสัมพันธ์ในโรงแรมอีกด้วย

(2) ร้านอาหารอินทรีย์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่: เป็นกิจการร้านอาหารที่มีการจำหน่ายอาหารพื้นบ้านที่ใช้วัตถุดิบทางการเกษตรในพื้นที่เป็นสำคัญ (ในสัดส่วนประมาณร้อยละ 70-80) และมีกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (หรือที่เรียกว่า organic farm) โดยมีการกระจายผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มต่างๆ ภายในชุมชน ทั้งในรูปแบบของการจ้างแรงงานในพื้นที่ การอบรม การแนะนำการท่องเที่ยวภายในพื้นที่ รวมถึงการรณรงค์และดำเนินงานในการรักษาระดับคุณภาพการให้บริการของตนเอง เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของการให้บริการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น

2) ระดับชุมชนที่มีการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) ชุมชนตำบลเชียงคาน: เป็นชุมชนในพื้นที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ที่มีการรวมตัวกันอนุรักษ์บ้านไม้เก่า (บางหลังมีอายุเกือบ 100 ปี) และมีประเพณีดั้งเดิมในการใส่บาตรข้าวเหนียว เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้เยี่ยมชม รวมถึงการมีกิจกรรมถนนคนเดินที่เป็นเอกลักษณ์ ปัจจุบันชุมชนเชียงคานมีการรวมกลุ่มและจัดตั้งเป็นชมรมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชียงคานที่สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่พักแรม (ในพื้นที่เชียงคานมีที่พักแรมที่จดทะเบียนกับทางอำเภอจำนวน 45 แห่ง และที่ไม่ได้จดทะเบียนประมาณ 175 แห่ง นอกจากนี้ยังมีที่พักรูปแบบอื่นๆ ที่ยังไม่ได้จดทะเบียน แต่เปิดให้คนมาเข้าพักได้)

(2) ชุมชนตำบลบ่อสวก: เป็นชุมชนในพื้นที่อำเภอเมืองน่าน จังหวัดน่าน ที่มีการรวมตัวกันเพื่อเข้ามาดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนตั้งแต่ พ.ศ. 2555 ภายใต้ชื่อชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลบ่อสวก และเป็นหนึ่งในชุมชนที่ได้รับการสนับสนุนจาก อพท. โดยเป็นการดำเนินงานภายใต้กระบวนการจัดการมรดกทางวัฒนธรรม และการปรับตัวของชุมชน ที่ประยุกต์กระบวนการสืบทอด และรักษาวัฒนธรรมของชุมชน โดยนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะของฐานเรียนรู้ของกลุ่มต่างๆ เช่น กลุ่มเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง กลุ่มจักสาน

บ้านต๋าม กลุ่มน้ำอ้อยบ้านป่าคา เป็นต้น และยังมีการให้บริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ โดยกลุ่มโฮมสเตย์บ้านบ่อสวก ทั้งนี้ชมรมฯ เคยได้รับรางวัลกินรีครั้งที่ 11 ปี 2560 ในสาขา “รางวัลดีเด่น” ประเภทแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และ “รางวัลยอดเยี่ยม” ประเภทแหล่งท่องเที่ยว สาขาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประจำปี 2564 (รางวัลกินรี ครั้งที่ 13) รวมถึงได้รับรางวัล Upgrade Program ภายใต้การประกวดรางวัลหมู่บ้านท่องเที่ยวยอดเยี่ยม (Best Tourism Village) ประจำปี 2021 ของ UNWTO อีกด้วย

3) ระดับจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ได้แก่ ถนนคนเดินเชียงคาน ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย: โดยมีเทศบาลตำบลเชียงคานเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการดูแลและจัดการขยะบริเวณถนนคนเดินที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของเชียงคาน รวมถึงการดูแลในเรื่องของสาธารณูปโภค ความปลอดภัย และมีการออกเทศบัญญัติที่เป็นการอนุรักษ์อาคารและบ้านเรือนโบราณบริเวณถนนชายโขง

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นประชากรเป้าหมายในการศึกษานี้ คือ ผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป (เกิดก่อน พ.ศ. 2546) ที่พำนัก/อาศัยในจุดหมายปลายทางเป้าหมายเป็นการถาวรในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (ตั้งแต่ พ.ศ. 2558 เป็นต้นไป) และทราบว่าผู้เดินทางมาเยี่ยมชมเยือนท้องถิ่นที่ตนอาศัยอยู่ โดยมีพื้นที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางเป้าหมายที่เป็นกรณีศึกษา 2 แห่ง ได้แก่ ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และตำบลบ่อสวก อำเภอเมือง จังหวัดน่าน ส่วนผู้เยี่ยมชมที่เป็นประชากรเป้าหมายในการศึกษานี้ คือ คนไทยที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป (เกิดก่อน พ.ศ. 2546) ที่เดินทางมาเยือนจุดหมายปลายทางเป้าหมายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและ/พักผ่อนหย่อนใจ และมีการใช้บริการกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางเป้าหมาย โดยมีพื้นที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางเป้าหมายที่เป็นกรณีศึกษา 2 แห่ง ได้แก่ ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และย่านการค้าเมืองเก่าภูเก็ต อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต

ทั้งนี้เพื่อให้มีจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำเพียงพอต่อการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยเฉพาะการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) ที่ซึ่งการศึกษาส่วนใหญ่เสนอให้มีขนาดจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง (Kline, 2011; Tabachnich and Fidell, 2013) ดังนั้นในการศึกษานี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างไว้ที่ 200 ตัวอย่างต่อพื้นที่เป้าหมาย (3 พื้นที่ ได้แก่ ตำบลบ่อสวก ตำบลเชียงคาน และย่านเมืองเก่าภูเก็ต) ต่อกลุ่มประชากรเป้าหมาย (2 กลุ่ม ได้แก่ คนท้องถิ่น และผู้เยี่ยมชมเยือน) และใช้การเลือกตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ที่กำหนดให้สัมภาษณ์คนท้องถิ่นและ/ผู้เยี่ยมชมเยือนทุก ๆ ลำดับที่ 3 ที่สะดวกให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและตอบแบบสอบถาม

1.7 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

จากกรอบแนวคิดและวิธีการศึกษาที่เสนอในหัวข้อที่ 1.5 สามารถแบ่งเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 2 ส่วนสำคัญ ตามแนวทางและระเบียบวิธีวิจัย ดังมีรายละเอียดในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

1) ส่วนแรกเป็นการศึกษาตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพที่เป็นการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเชิงลึกแบบมีโครงสร้างด้วยแบบสัมภาษณ์ ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการ ตัวแทนชุมชน และ/หรือวิสาหกิจชุมชน ผู้นำท้องถิ่นที่เป็นตัวแทนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่สามารถให้ข้อมูลในรายละเอียดตามโครงสร้างของแบบสัมภาษณ์ ดังนั้นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาในส่วนแรกจึงเป็นแบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดหมายปลายทางที่เป็นเครื่องมือสำหรับใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและ/หรือการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว ซึ่งถูกพัฒนาตามกรอบแนวทางของการประเมินต้นทุน-ผลตอบแทนของการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการศึกษา และจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในอดีต รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเบื้องต้น และผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับประเด็นในเรื่องการจัดการการท่องเที่ยว (โดยให้ความสำคัญในประเด็นของการจัดการและ/หรือการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) ทั้งในระดับผู้ประกอบการ ชุมชน (คนท้องถิ่น) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ตัวแทน) และจุดหมายปลายทางที่เป็นกรณีศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดเป็นประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ก่อนนำประเด็นคำถามดังกล่าวมาพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งในแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยประเด็นคำถามสำคัญ 7 ประเด็น ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รายละเอียดของกิจกรรมและ/หรือการดำเนินงานที่เป็นการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ รายรับ-ต้นทุนของการดำเนินงานและการจัดการ (แยกตามกิจกรรม) ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ สิ่งที่ภาครัฐและ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการเพื่อสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และข้อเสนอแนะอื่น ๆ สำหรับผู้ที่สนใจจะจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ดูรายละเอียดของประเด็นคำถามในแบบสัมภาษณ์ได้ในภาคผนวก)

หลังจากได้แบบสัมภาษณ์แล้ว ลำดับต่อมาจะทำหนังสือเพื่อขออนุญาตเข้าสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาตามวันเวลาที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสะดวก โดยเป็นการสัมภาษณ์ในเชิงลึก (in-depth interview) ตามโครงสร้างคำถามในแบบสัมภาษณ์ พร้อมบันทึกข้อมูลเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนที่นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ใน 2 แนวทาง ได้แก่

(1) ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ไม่ใช่เรื่องของต้นทุน-ผลตอบแทน จะประยุกต์ใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (thematic analysis) ควบคู่กับการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) บนพื้นฐานแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยจะวิเคราะห์จากภาพรวมที่เป็นประเด็นสำคัญ (major themes) ก่อนที่จะแยกออกเป็นประเด็นย่อย (sub themes) และหัวข้อย่อย (categories) ในลำดับต่อมา หลังจากนั้นจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ในลักษณะของการบรรยาย (descriptive) ภายใต้อันตรายหลักที่สำคัญ 4 ประเด็น ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของการจัดการและ/หรือการดำเนินงานของกรณีศึกษา รูปแบบและลักษณะของกิจกรรมและ/หรือการดำเนินงานที่เป็นการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

(2) ข้อมูลเชิงปริมาณที่เป็นเรื่องของต้นทุน-ผลตอบแทน ถูกนำมาวิเคราะห์ตามแนวคิดการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทน (cost-benefit analysis) เพื่อประเมินถึงต้นทุน-ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของกิจกรรมและ/หรือการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (เป็นการประเมินรายรับและต้นทุนส่วนเพิ่มจากการจัดการและ/หรือการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม) การวิเคราะห์ตามแนวทางนี้เป็นการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงิน โดยในการศึกษาเป็นการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์กำไรขาดทุนตามแนวทางบัญชี ที่เป็นแนวทางการวิเคราะห์งบกำไรขาดทุน ซึ่งเป็นผลการดำเนินงานของกิจกรรมในรอบ 1 ปี โดยการเปรียบเทียบระหว่างรายรับและค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในรอบบัญชีว่าก่อให้เกิดผลกำไรหรือขาดทุน ดังนั้นต้นทุนของสินทรัพย์ถาวร (อายุการใช้งานเกิน 1 ปี) จะถูกบันทึกส่วนอย่างเป็นระบบตลอดอายุการใช้งานของสินทรัพย์ ซึ่งจะแสดงต้นทุนของสินทรัพย์ถาวรในรูปของ “ค่าเสื่อมราคาสินทรัพย์ (depreciation)” ที่คิดเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในทางบัญชีเท่านั้นมิได้มีการจ่ายจริงเป็นเงินสด งบกำไรขาดทุนจะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทราบว่า กิจกรรมที่ดำเนินการมีผลการดำเนินงานอย่างไร มีโครงสร้างรายรับอย่างไร ผลกำไรหรือขาดทุนของกิจกรรมมาจากส่วนใด เพื่อให้เข้าใจถึงต้นทุน-ผลตอบแทนทางการเงินที่แท้จริงของการจัดการและ/หรือการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

การศึกษานี้ประมาณการรายรับตามโครงสร้างที่มาของรายรับที่สอดคล้องกับความเป็นจริงในแต่ละกิจกรรม ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์รายรับแยกตามฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันในเรื่องของราคาการให้บริการ สำหรับการประมาณการต้นทุน แบ่งต้นทุนออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ 1) ส่วนที่เป็นเงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร ซึ่งคิดออกมาเป็นค่าเสื่อมราคาต่อปี เช่น ค่าสิ่งปลูกสร้าง ค่าวัสดุอุปกรณ์ ฯลฯ

เป็นต้น โดยกำหนดอายุการใช้งานที่สอดคล้องกับความเป็นจริง เช่น สิ่งปลูกสร้างมีอายุการใช้งาน 30 ปี วัสดุอุปกรณ์มีอายุการใช้งาน 1 ปี หรือไม่เกิน 5 ปี เป็นต้น และ 2) ส่วนที่เป็นต้นทุนการดำเนินงาน เช่น ค่าแรงงาน (หรือค่าเสียโอกาสของแรงงาน) ค่าสาธารณูปโภค ค่าวัสดุอุปกรณ์ ค่าปัจจัยการผลิต เป็นต้น

2) ส่วนที่สองเป็นการศึกษาตามแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจากนิยามตัวแปรตามกรอบแนวคิดในแบบจำลองภาพที่ 1.2 และ 1.3 ซึ่งเป็นตัวแปรนามธรรม (subjective variable) ถูกนำไปใช้ในการพัฒนาเป็นข้อคำถามสำหรับใช้วัดตัวแปรทั้งหมด ก่อนที่จะนำข้อคำถามดังกล่าวมาพัฒนาเป็นแบบสอบถามสำหรับการสัมภาษณ์คนท้องถิ่นและผู้เยี่ยมชมที่เป็นประชากรเป้าหมาย โดยชุดคำถามที่ใช้วัดตัวแปรนามธรรมใช้มาตรประมาณค่า 10 ระดับ (น้อยที่สุด-มากที่สุด) ซึ่งหลังจากได้แบบสอบถามฉบับร่าง ลำดับต่อมาจะนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบกับคนทั่วไปที่มีใช้ประชากรเป้าหมายประมาณ 10 ตัวอย่าง เพื่อตรวจเนื้อหาและลำดับของข้อคำถาม ก่อนนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงเนื้อหาและลำดับของข้อคำถามที่คนทั่วไปสามารถเข้าใจได้ไปปรึกษาผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับการพัฒนาเครื่องมือวัดและการท่องเที่ยว พร้อมทั้งทดสอบความเชื่อมั่นของชุดคำถามที่ใช้วัดตัวแปรนามธรรม (โดยทั่วไปเรียกว่า ตัวแปรแฝง (latent variable)) ด้วย Cronbach's alpha (Alpha) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (explonatory factor analysis) เพื่อลดทอนและคัดเลือกข้อคำถามที่มีความเชื่อมั่นและเที่ยงตรงในการวัดตัวแปรนามธรรมตามนิยามตัวแปรที่ได้กำหนดไว้ โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบ (try out) กับตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรเป้าหมายจำนวน 30 ตัวอย่าง (เป็นจำนวนตัวอย่างขั้นต่ำที่เพียงพอสำหรับทดสอบความเชื่อมั่นด้วย Cronbach's alpha และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ) หลังจากนั้นก็จะปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้งก่อนนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้พัฒนาเป็นคู่มือประกอบการเก็บข้อมูล และนำไปใช้สัมภาษณ์ประชากรเป้าหมาย ณ จุดหมายปลายทางเป้าหมายของการศึกษานี้ (ดูรายละเอียดของแบบสอบถามได้ในภาคผนวก)

สำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามจะถูกตรวจสอบถึงความถูกต้องและสมบูรณ์ รวมถึงความเป็นไปได้ของคำตอบ ก่อนทำการบันทึกลงฐานข้อมูลที่พัฒนาขึ้นมาเฉพาะ หลังจากนั้นจะนำข้อมูลที่บันทึกแล้วไปวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติที่แตกต่างกันดังนี้

1) ประยุกต์ใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistic) เช่น การแจกแจงความถี่ (frequency distribution) ค่ากลาง (ค่าเฉลี่ย (mean) ค่ามัธยฐาน (median)) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation: SD) ฯลฯ ในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นจากแบบสอบถาม รวมถึงการประยุกต์สถิติทดสอบอย่างเช่น t-test F-test ในการทดสอบสมมติฐานบางประการที่มีการกำหนดขึ้นภายหลังจากการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

2) ประยุกต์ใช้ bootstrap-tobit model หรือ order probit model ในการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการที่ (1) และ (2) ก่อนที่จะนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณค่า

มาคำนวณตามแนวคิดที่เสนอไว้ในหัวข้อที่ 1.5 (ข้อย่อยที่ 1.5.1 และ 1.5.2 ตามลำดับ) เพื่อประเมินมูลค่าผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐศาสตร์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นที่พำนักในจุดหมายปลายทางที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และประเมินราคาเงาของกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบต่อ) ที่ผู้เยี่ยมชมใช้บริการ เพื่อสะท้อนให้เห็นความรับผิดชอบต่อต้นทุนทางสังคม (social cost) ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง

3) ประยุกต์ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) ในการตรวจสอบและประมาณค่าขนาดอิทธิพล (ทั้งอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม) ของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองตามกรอบแนวคิดในภาพที่ 1.2 และ 1.3 เพื่อประมาณขนาดอิทธิพลที่แตกต่างกันของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น และการเลือกจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชม (คนไทย)

1.8 การนำเสนอรายงาน

ส่วนต่อไปของรายงานจะแบ่งการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 8 บท โดยบทที่ 2 เป็นการนำเสนอถึงผลการสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น การนำเสนอผลการสำรวจพหุมิติความรู้ในเรื่องดังกล่าว รวมถึงการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษาในอดีตที่แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องระหว่างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการศึกษาที่ผ่านมาในประเด็นทั้งด้านอุปทาน อุปสงค์ และผลกระทบที่เกิดจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น สำหรับบทที่ 3-บทที่ 5 เป็นการนำเสนอกรณีศึกษาโรงแรมประเภทบูติกไฮเทล ร้านอาหารอินทรีย์ และชุมชนท่องเที่ยว (ถนนคนเดินเชียงใหม่) โดยในแต่ละบทจะนำเสนอถึงการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น-ผลประโยชน์ที่ได้รับจากดำเนินกิจกรรมดังกล่าว และผลการประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนจากการดำเนินกิจกรรมอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นของแต่ละกรณีศึกษา ส่วนบทที่ 6 เป็นการนำเสนอผลการสำรวจมุมมองและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นและผู้เยี่ยมชมที่ได้จากการสำรวจคนท้องถิ่นในตำบลบ่อสวก จังหวัดน่าน และพื้นที่ในเขตเทศบาลตำบลเชียงคาน จังหวัดเลย ส่วนผู้เยี่ยมชมเป็นผลการสำรวจผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนถนนคนเดินเชียงใหม่

บทที่ 7 เป็นการนำเสนอผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น และผลการประเมินราคาเงาของการมีส่วนร่วม การรับรู้ การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และการสนับสนุนการจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น สำหรับบทที่ 8 เป็น

การนำเสนอผลการศึกษความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม และผลการประเมินราคาเงาของกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) เช่น การใช้บริการที่พักแรม ร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มของคนในชุมชน การเดินเยี่ยมชมหรือซื้อของในถนนคนเดิน การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน การร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน เป็นต้น

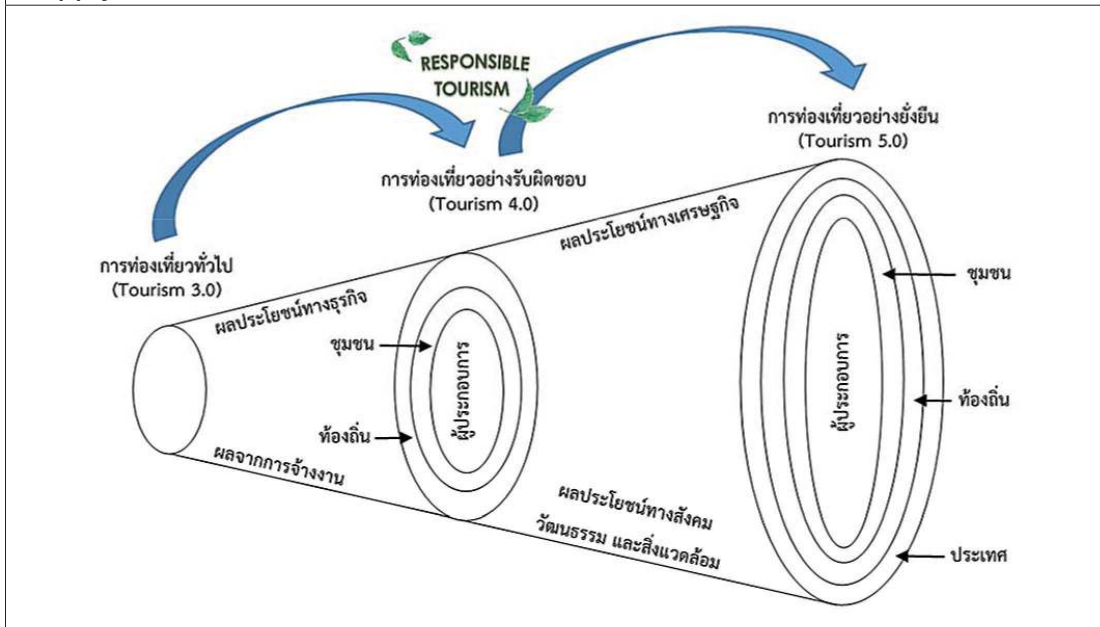
สำหรับบทสรุปเป็นการนำเสนอการสรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของแต่ละกรณีศึกษา มุมมองและการรับรู้ต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น ที่รวมถึงราคาเงาของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม รวมทั้งราคาเงาของกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ที่ถูกใช้บริการโดยผู้เยี่ยมชม ก่อนที่จะนำเสนอถึงข้อเสนอแนะบางประการที่จะมีส่วนช่วยในการสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทั้งในระดับภาคธุรกิจ ชุมชน และผู้เยี่ยมชม ■

บทที่ 2

การทบทวน วรรณกรรม

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism: ST) เป็นรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือทั้งในระดับผู้ประกอบการ ชุมชน ท้องถิ่น และประเทศ บนพื้นฐานของการสร้างความสมดุลและประโยชน์สูงสุดในด้านเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งผู้ประกอบการ ชุมชน และท้องถิ่นที่เป็นเจ้าบ้าน (Diallo, Diop-Sall, Leroux and Valette-Florence, 2015; Mathew and Kuriakose, 2018; Zagonari, 2019) ขณะเดียวกันก็สามารถปกป้องและเพิ่มโอกาสสำหรับอนาคต (หรือสามารถส่งต่อไปให้กับรุ่นต่อไป) (WTO no date; UNEP and UNWTO, 2005; Stanford, 2006) ซึ่งงานศึกษาที่ผ่านมาได้ให้ความเห็นและข้อเสนอแนะที่สอดคล้องกันว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเปรียบเสมือนจุดหมายปลายทางและ/เป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปให้ถึง ในขณะที่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (responsible tourism: RT) เป็นส่วนหนึ่งของการเดินทาง (journey) ที่มุ่งสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แม้ว่าจะไม่ทราบอย่างแน่ชัดถึงปลายทางที่จะเดินทางไป แต่ก็ไม่มีเหตุผลที่จะหยุดหรือชะลอการเดินทางสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว (Godfrey, 1998; Stanford, 2006; Zgolli and Zaiem, 2018; Zagonari, 2019) จากความเห็นและข้อเสนอแนะดังกล่าว สามารถประยุกต์ใช้แนวคิด foresight ฉายภาพอนาคตของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งสู่ความยั่งยืนได้ดังภาพที่ 2.1

ภาพที่ 2.1 ภาพอนาคตของการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนตามมุมมองทางด้านอุปทาน (supply side)



จากภาพที่ 2.1 แสดงให้เห็นว่า จากรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวทั่วไปที่ส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการจัดการกับผลกระทบเชิงลบที่เป็นผลกระทบภายนอก (externalities) ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว หรือเป็นการผลักภาระดังกล่าวให้กับสังคม (เป็นต้นทุนทางสังคม (social cost)) ขาดการตระหนักถึงความยั่งยืนของการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ (รวมถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวอื่น ๆ) และสิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากกว่าผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลให้การท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวไม่มีความยั่งยืน (Stanford, 2006; Zgollı and Zaiem, 2018) ในขณะที่รูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ ชุมชน และท้องถิ่น ซึ่งเป็นแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบเชิงลบของการท่องเที่ยวที่มีต่อสังคม (negative impact minimization) ซึ่งอยู่ในเส้นทางของการเดินทางสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะช่วยในการปรับตัวและเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งนักท่องเที่ยวให้มุ่งสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวได้ในอนาคต

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ ชุมชน และท้องถิ่น ให้ความสำคัญมากขึ้นกับการจัดการการท่องเที่ยว (ทั้งที่เป็นกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยว) ตั้งแต่ในระดับผู้ประกอบการ ชุมชน และท้องถิ่น (ไม่รวมถึงระดับประเทศ) ที่สามารถช่วยลดผลกระทบเชิงลบ (ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม) ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางและพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยต้นทุน-ผลประโยชน์จากการจัดการดังกล่าวจะถูกแบ่งปันและกระจายไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

กับการท่องเที่ยว (Camilleri, 2016; Zagonari, 2019) เช่น นักท่องเที่ยวมีความยินดีจ่ายเพิ่มขึ้น กับการมีประสบการณ์ที่ประทับใจอันเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับคนในชุมชนที่ไปท่องเที่ยว/ เยี่ยมเยือน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวยินดีแบกรับต้นทุนการจัดการเพื่อลดผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันก็ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นจากการที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และจากต้นทุนที่ลดลงอันเนื่องมาจากการแบ่งสรรปันส่วนระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแบ่งปันต้นทุน (cost sharing) ในการจัดการผลกระทบร่วมกัน) ชุมชน (รวมถึงคนท้องถิ่น) ยินดีมีส่วนร่วมและสนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากการลดลงของผลกระทบเชิงลบของการท่องเที่ยว เช่น การลดลงของขยะและความแออัดในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น (Goodwin and Francis, 2003; International Centre for Responsible Tourism, 2002; Stanford, 2006; Olimpia and Daniel, 2016; Kim, Park, Reisinger and Lee, 2018) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจะครอบคลุมรูปแบบการท่องเที่ยวทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวทางเลือก (alternative tourism) เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยว (โดย) ชุมชน เป็นต้น และการท่องเที่ยวกระแสหลักที่เป็น mass tourism (Stanford, 2006; Yu, Chancellor and Cole, 2011; Diallo et al., 2015; Zgalli and Zaiem, 2018)

ดังนั้นเพื่อเป็นการสำรวจพรมแดนความรู้เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และเพื่อให้มีสารสนเทศเพียงพอในการกำหนดกรอบแนวคิด แบบจำลอง และตัวแปรสำหรับใช้ในการศึกษาครั้งนี้ บทนี้จึงขอนำเสนอเนื้อหาของการทบทวนวรรณกรรมที่มีการแบ่งออกเป็น 4 ส่วนสำคัญ ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งเป็นการนำเสนอผลการสำรวจพรมแดนความรู้จากวรรณกรรมด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่ประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์บรรณมิติ (bibliometric analysis) ในการค้นหาประเด็นและสาระความรู้จากวรรณกรรมประเภทบทความวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล Scopus ระหว่าง พ.ศ. 2545-2563 ส่วนที่สองเป็นการนำเสนอการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการเชื่อมโยงกันระหว่างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้เห็นถึงความเหมือนและแตกต่างกันระหว่างการท่องเที่ยวทั้งสองประเภท สำหรับส่วนที่สามเป็นการนำเสนอการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับนิยามของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism: RT) ที่มีการให้นิยามมาตั้งแต่ พ.ศ. 2545 และมีการปรับปรุงต่อเนื่องมาตลอดเกือบสองทศวรรษ เพื่อเป็นฐานความรู้สำคัญในการให้นิยามการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสำหรับการกำหนดกิจกรรมการจัดการและการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นกรณีศึกษาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ รวมถึงนิยามอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เช่น นักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (responsible tourist) การจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism management) ในขณะที่ส่วนสุดท้ายเป็นการนำเสนอผลการทบทวนการศึกษาในอดีตเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ซึ่งแบ่งเนื้อหาของการนำเสนอออกเป็นประเด็นย่อยที่สำคัญ 3 ประเด็น ได้แก่ การศึกษาด้านอุปทาน

การพัฒนา และแนวทางการพัฒนา การศึกษาด้านอุปสงค์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ ชุมชน และผู้เกี่ยวข้องในแต่ละส่วนพอสมควร

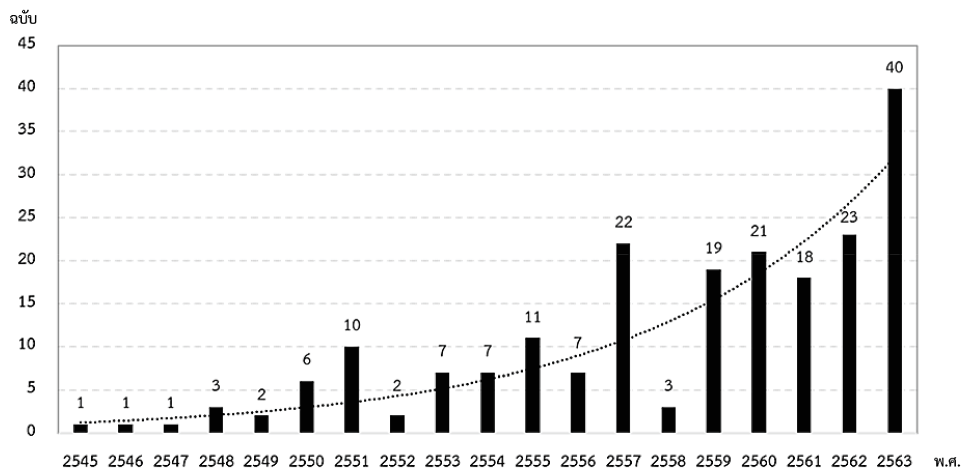
2.1 การสำรวจพรมแดนความรู้จากวรรณกรรมด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ

จากการตรวจสอบและสืบค้นวรรณกรรมในเบื้องต้นภายใต้แก่นเรื่อง (theme) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ (responsible tourism) จากฐานข้อมูลบทความวิชาการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยวรรณกรรมวิชาการภาษาไทยสำรวจจากฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ผ่านการสืบค้นจากระบบฐานข้อมูล ThaiJo และงานวิจัยที่สนับสนุนทุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผ่านการสืบค้นจากฐานข้อมูล E-library ของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกว.) ส่วนวรรณกรรมวิชาการที่เป็นภาษาอังกฤษสืบค้นจากฐานข้อมูล Scopus พบว่า วรรณกรรมวิชาการภาษาไทยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจยังมีอยู่จำนวนน้อยมาก และเกือบทั้งหมดมิใช่งานในลักษณะของการวิจัยเชิงวิชาการที่มีลักษณะเป็นการพัฒนาและตรวจสอบองค์ความรู้ทางวิชาการ แต่เป็นลักษณะของงานบริการวิชาการและ/งานวิจัยเชิงปฏิบัติการที่ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนและการดำเนินงานที่ทำให้ได้รับผลลัพธ์จากการทำงานออกมาเป็นกิจกรรม ทั้งนี้ จากข้อจำกัดที่มีจำนวนวรรณกรรมค่อนข้างน้อย จึงเป็นการยากที่จะประยุกต์ใช้เทคนิคการวิเคราะห์บรรณมิติ (bibliometric analysis) ในการค้นหาประเด็นและสาระความรู้จากวรรณกรรมภาษาไทย

ดังนั้นในหัวข้อนี้จึงเป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ประเด็นความรู้จากวรรณกรรมงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจที่ได้จากการสืบค้นจากวรรณกรรมประเภทบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศที่อยู่ในฐานข้อมูล Scopus เท่านั้น เพื่อให้เห็นภาพรวมของพรมแดนความรู้ทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจในระดับนานาชาติในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2545-2563 (พ.ศ. 2545 หรือ ค.ศ. 2002 เป็นปีแรกที่มีการให้นิยามและนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจในการประชุม World Summit ว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน ณ เมือง Cape Town สาธารณรัฐแอฟริกาใต้) ซึ่งจากการสืบค้นบทความที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจในวารสารต่างประเทศที่อยู่ในฐานข้อมูล Scopus ด้วยคำว่า “Responsible Tourism” ภายใต้เงื่อนไขที่ว่า ชื่อวารสารต้องมีคำว่า “Tourism” พบว่า ระหว่าง พ.ศ. 2545-2563 (19 ปี) มีบทความที่ตีพิมพ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจทั้งหมด 204 บทความ เป็นการ

ตีพิมพ์ในช่วง พ.ศ. 2545-2559 (15 ปี) จำนวน 102 บทความ และอีกครั้งหนึ่งตีพิมพ์ในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2560-2563) หรือเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 20.5 ต่อปี ในช่วง พ.ศ. 2560-2563 ซึ่งมากกว่าช่วงแรกที่เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 8.8 ต่อปี ดังนั้นแนวโน้มของจำนวนบทความที่ตีพิมพ์จึงมีลักษณะการเพิ่มขึ้นแบบเอกซ์โพเนนเชียล (ตามภาพที่ 2.2 คือ เส้นประ) ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าใน พ.ศ. 2558 มีจำนวนบทความที่ตีพิมพ์ลดลงเหลือเพียง 3 บทความ ทั้งที่ในช่วงก่อนหน้านี้ (ก่อน พ.ศ. 2558) มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่หลังจาก พ.ศ. 2558 จำนวนบทความที่ตีพิมพ์ก็ยังคงมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ก่อนที่จะเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดใน พ.ศ. 2563 (ดูรายละเอียดในภาพที่ 2.2) ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มความต่อเนื่องและความสนใจที่เพิ่มขึ้นในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในระดับนานาชาติ

ภาพที่ 2.2 จำนวนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีการตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563

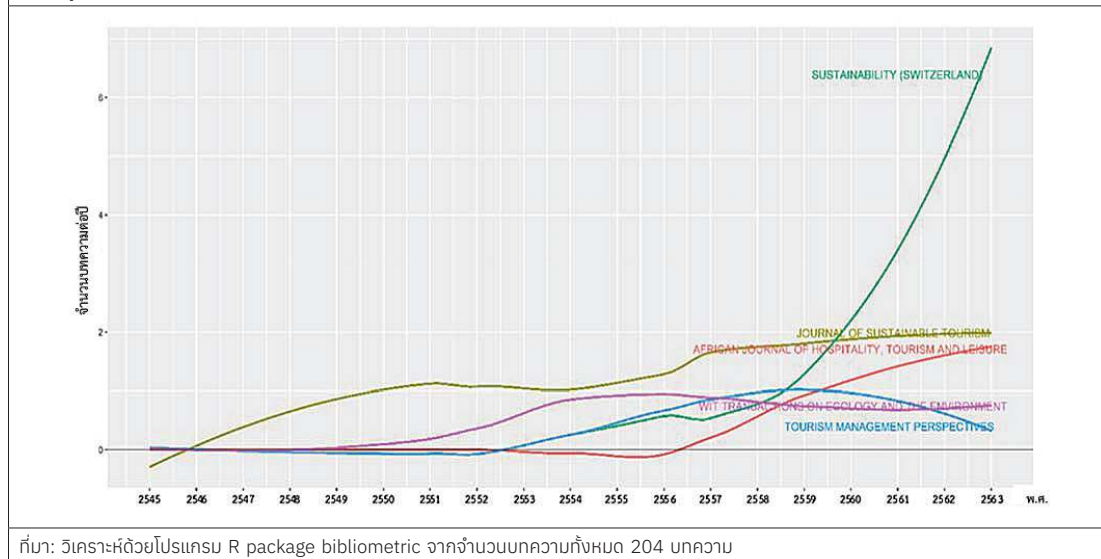


ที่มา: ข้อมูลจากฐานข้อมูล Scopus (สืบค้นเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564)

ภาพที่ 2.3 แสดงถึงแนวโน้มของจำนวนบทความที่ตีพิมพ์ใน 5 วารสารแรก ที่มีจำนวนบทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบตีพิมพ์สูงสุด พบว่า กว่าร้อยละ 20 ของจำนวนบทความทั้งหมดที่ตีพิมพ์ในช่วง พ.ศ. 2545-2563 เป็นการตีพิมพ์ในวารสาร Journal of Sustainable Tourism และ Sustainability (จำนวนการตีพิมพ์บทความสะสมในทั้งสองวารสารมีสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ ประมาณร้อยละ 20) โดยในช่วงก่อน พ.ศ. 2562 (หรือ ค.ศ. 2019) บทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบโดยส่วนใหญ่ตีพิมพ์ในวารสาร Journal of Sustainable Tourism ส่วนวารสาร Sustainability มีการตีพิมพ์บทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

อย่างรับผิดชอบจำนวนมากขึ้นในช่วงสองปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2562-2563) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ความรู้ (หรือการวิจัย) ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมักถูกนำเสนอหรือตีพิมพ์ในวารสารกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน หรือการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นสำคัญ (ดูรายละเอียดแนวโน้มของจำนวนบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารที่สำคัญ 5 อันดับแรก ในภาพที่ 2.3)

ภาพที่ 2.3 แนวโน้มจำนวนบทความที่มีการตีพิมพ์สูงสุดใน 5 วารสารแรก จากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563



สำหรับผลการวิเคราะห์ความถี่ของคำสำคัญในบทความทั้ง 204 บทความ ด้วย word cloud ภายใต้เทคนิค bibliometric analysis (ภาพที่ 2.4) พบว่า แม้ว่าบทความที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติและอยู่ในฐานข้อมูล Scopus มีการศึกษาวิจัยอย่างเข้มข้นในประเด็นความรู้หลักที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับ “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism)” (หรือมีความถี่ของคำสำคัญมากที่สุด โดยมีความถี่ของคำดังกล่าวมากกว่าคำที่มีลำดับรองลงมา คือ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) ถึง 3 เท่า) แต่ก็มีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นอื่นๆ หลากหลายประเด็น โดยประเด็นความรู้ที่สำคัญ 5 ประเด็นแรก ที่มีความเข้มข้นในการศึกษารองลงมา ได้แก่ ประเด็นความรู้เกี่ยวกับ “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism)” หรือ “ความยั่งยืน (sustainability)” หรือ “การพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development)” ประเด็นความรู้เกี่ยวกับ “ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (corporate social responsibility)” และ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism)” ตามลำดับ

ภาพที่ 2.4 ความถี่ของคำสำคัญในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563



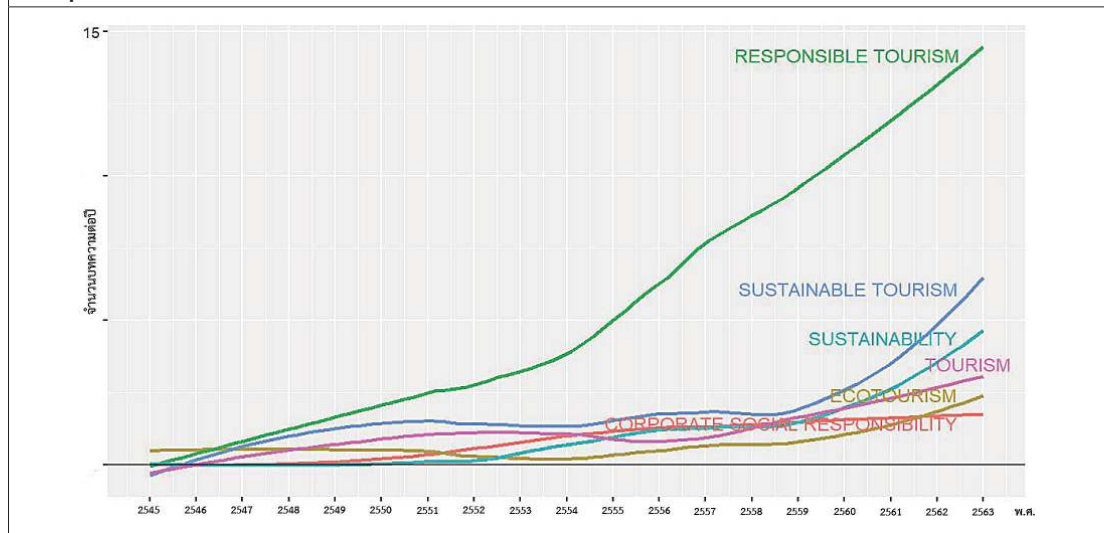
ที่มา: วิเคราะห์ด้วยโปรแกรม R package bibliometric จากจำนวน 204 บทความ

ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารระดับนานาชาติ ส่วนใหญ่ยังคงให้ความสำคัญกับการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งสู่ความยั่งยืนเป็นสำคัญ (หรือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) โดยเฉพาะการให้ความสำคัญในเรื่องของอุปทานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งที่เป็นเรื่องของการพัฒนา การจัดการ และการดำเนินงานในระดับพื้นที่หรือจุดหมายปลายทาง (โดยเฉพาะการศึกษาในพื้นที่แอฟริกาใต้) หรืออาจกล่าวได้ว่า การศึกษาวิจัยในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่ผ่านมาเป็นการศึกษาวิจัยที่ให้ความสำคัญกับความรู้ในเรื่องการพัฒนา การจัดการ และการดำเนินงานที่นำมาสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางมากกว่าการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม หรือประเด็นที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวอย่างเช่น การศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หรือ (การ) ตลาดของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ ยังมีงานศึกษาจำนวนหนึ่งที่ศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism)” หรือ “การพัฒนาชุมชน (community development)” หรือ “ชุมชน (community)” รวมถึงการศึกษาในประเด็น “ทัศนคติ (attitude)” ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder)” และ “จริยธรรม (ethics)” ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ไม่ได้เผยให้เห็นถึงประเด็นการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินหรือการวัดผลกระทบหรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการจัดการและ/หรือการดำเนินงานตาม

แนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นการศึกษาในเชิงประจักษ์ รวมทั้งการจัดสรรแบ่งปันผลประโยชน์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

หากพิจารณาผลการวิเคราะห์แนวโน้มประเด็นความรู้เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยในแง่เรื่อง การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติระหว่าง พ.ศ. 2545-2563 ที่นำเสนอในภาพที่ 2.5 จะเห็นได้อย่างชัดเจนถึงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของการศึกษาวิจัยในประเด็น “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (responsible tourism)” โดยเฉพาะในช่วงตั้งแต่ พ.ศ. 2554 เป็นต้นมา และเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงตั้งแต่ พ.ศ. 2557 จนถึง พ.ศ. 2563 (เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 34.6 ต่อปี) โดยยังไม่เห็นถึงแนวโน้มที่ลดลงของการศึกษาในประเด็นดังกล่าว ขณะที่การศึกษาเกี่ยวกับ “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism)” หรือ “ความยั่งยืน (sustainability)” และ “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism)” เป็นสองประเด็นความรู้สำคัญที่มีแนวโน้มการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดตั้งแต่ พ.ศ. 2545 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหลัง พ.ศ. 2560 ส่วนการศึกษาเกี่ยวกับเรื่อง “ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (corporate social responsibility)” เป็นประเด็นความรู้ที่มีแนวโน้มการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง พ.ศ. 2552-2555 ก่อนที่จะเริ่มชะลอตัวและเพิ่มในอัตราที่ลดลงในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2556-2560 และกลับมาได้รับความสนใจศึกษาเพิ่มขึ้นในช่วง พ.ศ. 2561 เป็นต้นมา

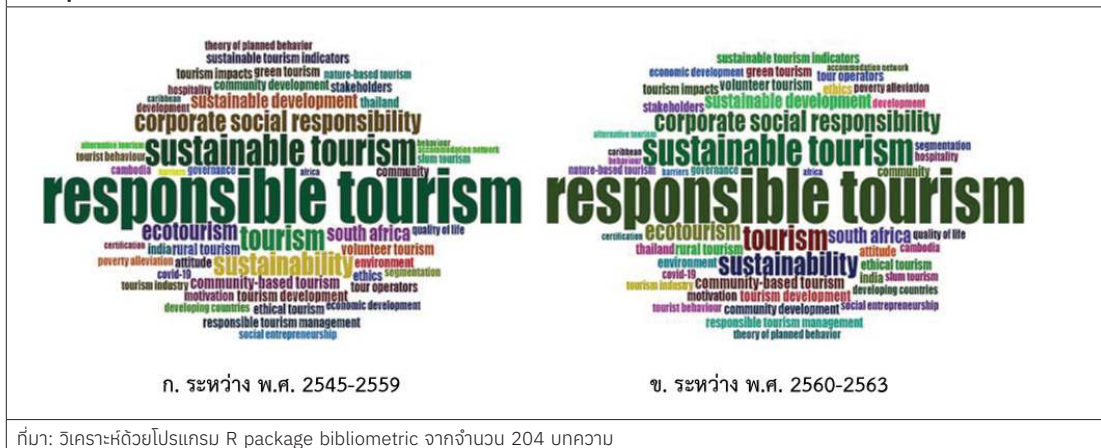
ภาพที่ 2.5 แนวโน้มประเด็นความรู้ในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563



ที่มา: วิเคราะห์ด้วยโปรแกรม R package bibliometric จากจำนวน 204 บทความ

ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพของความเหมือนและความแตกต่าง หรือการเปลี่ยนแปลงของ ประเด็นความรู้ที่มีการตีพิมพ์ในบทความวิชาการระดับนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล Scopus จึงได้ แยกวิเคราะห์คำสำคัญด้วย word cloud ออกเป็นสองช่วงเวลา ได้แก่ ระหว่าง พ.ศ. 2545-2559 (จำนวน 102 บทความ) และระหว่าง พ.ศ. 2560-2563 (อีกจำนวน 102 บทความ เช่นเดียวกัน) พบว่า “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism)” และ “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism)” รวมถึง “ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (corporate social responsibility)” ยังคงเป็นสามประเด็นความรู้ที่มีความเข้มข้นของการศึกษามากที่สุดในทั้งสองช่วงเวลา (มีขนาดความถี่ของคำในระหว่างสองช่วงเวลาที่ไม่แตกต่างกัน) นอกจากนี้ ประเด็นความรู้ทั้งสามแล้ว “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism)” ยังเป็นอีกหนึ่งประเด็นความรู้ ที่ยังคงมีความเข้มข้นในการศึกษาในทั้งสองช่วงเวลาที่ไม่แตกต่างกันอีกด้วย ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2560-2563 มีความเข้มข้นของการศึกษาเพิ่มขึ้นในประเด็นความรู้เกี่ยวกับ เรื่อง “การท่องเที่ยวอาสาสมัคร (volunteer tourism)” “จริยธรรม (ethics)” “ตัวชี้วัดการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน (sustainable tourism indicators)” และ “ผลกระทบของการท่องเที่ยว (tourism impacts)” และเริ่มเห็นถึงการศึกษานในประเด็นความรู้เกี่ยวกับ “พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (tourist behavior)” “แรงจูงใจ (motivatoin)” และ “ทัศนคติ (attitude)” ที่เป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์ ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ดูรายละเอียดในภาพที่ 2.6)

ภาพที่ 2.6 ความถี่ของคำสำคัญในบทความที่มีการตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus ในสองช่วงเวลา (พ.ศ. 2545-2559 และ พ.ศ. 2560-2563)

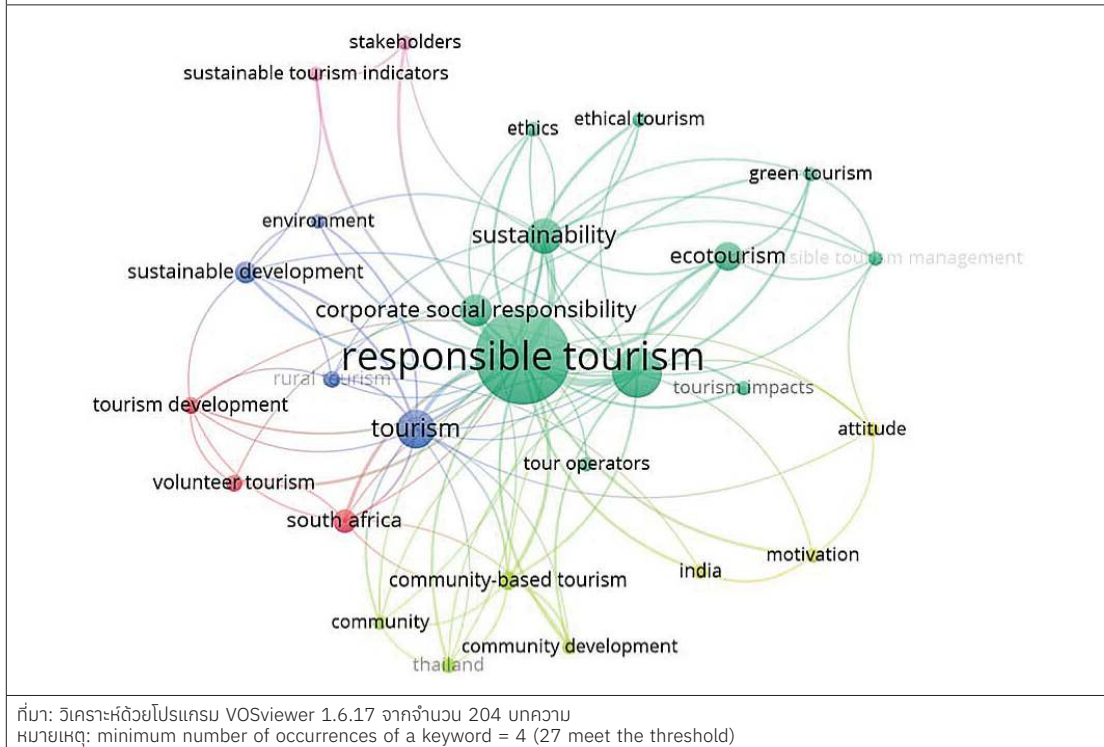


ผลการวิเคราะห์เครือข่าย (หรือ co-occurrence network) ของคำสำคัญในบทความด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus ระหว่าง พ.ศ. 2545-2563 ที่แสดงในภาพที่ 2.7 พบว่า มีเครือข่าย (network) เชื่อมโยงกันอย่างเห็นได้ชัด จำนวน 6 กลุ่ม (cluster) ที่มีขนาดแตกต่างกันมาก (พิจารณาจากสมาชิกของคำในแต่ละเครือข่าย) และแต่ละกลุ่มมีความเชื่อมโยงระหว่างกัน ผลการวิเคราะห์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า บทความเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติมีประเด็นความรู้ที่นำเสนอร่วมกันที่เด่นชัด ใน 6 ประเด็น ได้แก่ “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (responsible tourism)” “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism)” “การพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development)” “ทัศนคติ (attitude)” “การพัฒนาการท่องเที่ยว (tourism development)” และ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder)” โดยมี 3 กลุ่ม ที่คำหลัก (node) มีขนาดใหญ่ (หรือมีความถี่ของคำสูง) อย่างเห็นได้ชัด ได้แก่ “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (responsible tourism)” “การพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development)” และ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism)” โดยการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมเป็นคำ (node) ที่เป็นศูนย์กลางของเครือข่ายที่มีการเชื่อมโยงอย่างเข้มข้นกับคำที่เป็นประเด็นความรู้ด้านต่าง ๆ ถึง 11 รายการ (พิจารณาจากความหนาแน่นของเส้น) โดยมีความเชื่อมโยงอย่างเข้มข้นกับ “การพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development)” และ “ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (corporate social responsibility)” และยังมีการเชื่อมโยงอย่างเข้มข้นข้ามกลุ่มที่เป็นประเด็นเกี่ยวกับ “การพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development)” และ “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism)” ความเชื่อมโยงดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า บทความที่ตีพิมพ์ภายใต้ประเด็นความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมักเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับประเด็นความรู้ในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงประเด็นความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สำหรับเครือข่ายที่มี “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism)” เป็นศูนย์กลางของเครือข่าย มีการเชื่อมโยงภายในกลุ่มที่เข้มข้นกับประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน/ชุมชน และมีการเชื่อมโยงที่เข้มข้นไปยังประเด็นความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่วนเครือข่ายที่มี “การพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development)” เป็นศูนย์กลางของเครือข่าย มีการเชื่อมโยงอย่างเข้มข้นภายในกลุ่มกับประเด็นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ และยังมีการเชื่อมโยงที่เข้มข้นไปยังประเด็นความรู้ในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และตัวชี้วัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า บทความที่ตีพิมพ์ในประเด็นความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนมักเกี่ยวข้องหรือศึกษาในเรื่องของการพัฒนาชุมชน และมักศึกษาเชื่อมโยงกับประเด็นความรู้ในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่นเดียวกับการศึกษาในประเด็นการพัฒนาที่ยั่งยืน ที่นอกจากจะมีการศึกษาเกี่ยวกับประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังมักมีการศึกษาเชื่อมโยงกับประเด็นความรู้ในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วย

ผลการวิเคราะห์เครือข่ายแสดงให้เห็นว่า บทความที่ตีพิมพ์ภายใต้แก่นเรื่อง (theme) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมักเกี่ยวข้องกับหรือศึกษาเชื่อมโยงกับประเด็นความรู้ในเรื่องของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน หรือการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงประเด็นความรู้เกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

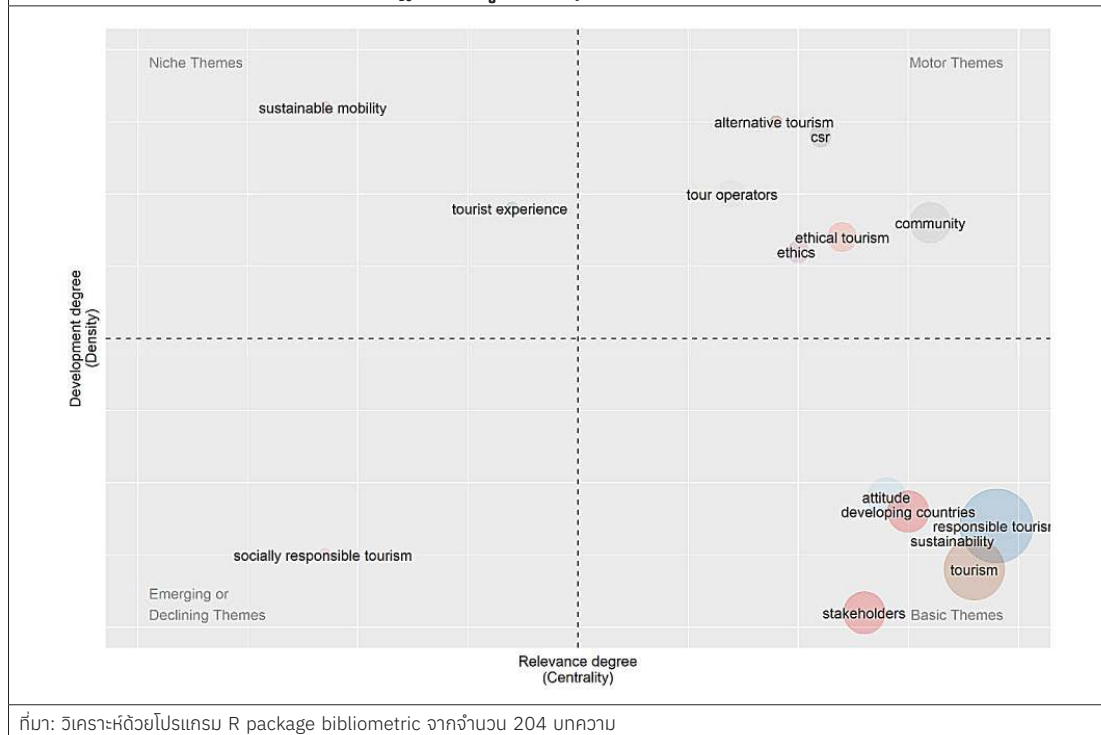
ภาพที่ 2.7 เครือข่ายของคำสำคัญในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563



การวิเคราะห์ co-occurrence network จะทำให้ทราบถึงข้อมูลความเชื่อมโยงระหว่างคำสำคัญและความเป็นศูนย์กลางของคำภายในเครือข่าย ซึ่งเป็นประโยชน์ที่จะนำมาวิเคราะห์เพิ่มเติมในเรื่องของ thematic map ที่เป็นการวิเคราะห์ร่วมกันระหว่างระดับการพัฒนา (development degree) ที่เป็นการพิจารณาจากความเข้มข้น (ความถี่) ของการเชื่อมโยงของคำ (density) กับระดับของความเกี่ยวข้อง (relevance degree) ที่เป็นการพิจารณาถึงความเป็นศูนย์กลางของคำในเครือข่าย (centrality) ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ thematic map ของคำสำคัญในบทความที่ตีพิมพ์ภายใต้แก่นเรื่อง (theme) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในวารสารนานาชาติ ระหว่าง พ.ศ. 2545-2563

ที่แสดงในภาพที่ 2.8 พบว่า ประเด็นความรู้ที่จัดอยู่ใน motor themes ที่เด่นชัดได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับ “จริยธรรม (ethics)” และ “ชุมชน (community)” ซึ่งเป็นสองประเด็นความรู้ที่มีความเข้มข้นในการพัฒนาและมีความสำคัญต่อโครงสร้างเกี่ยวกับการศึกษาวิจัยในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อระดับนานาชาติ นอกจากนี้ประเด็นดังกล่าวแล้วยังมีประเด็นความรู้เกี่ยวกับ “การท่องเที่ยวทางเลือก (alternative tourism)” “บริษัทนำเที่ยว (tour operators)” และ “ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (corporate social responsibility: CSR)” ที่จัดอยู่ใน motor themes แต่มีความเด่นชัดหรือความเข้มข้นน้อยกว่าสองประเด็นความรู้ข้างต้น

ภาพที่ 2.8 Thematic map ของประเด็นความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563



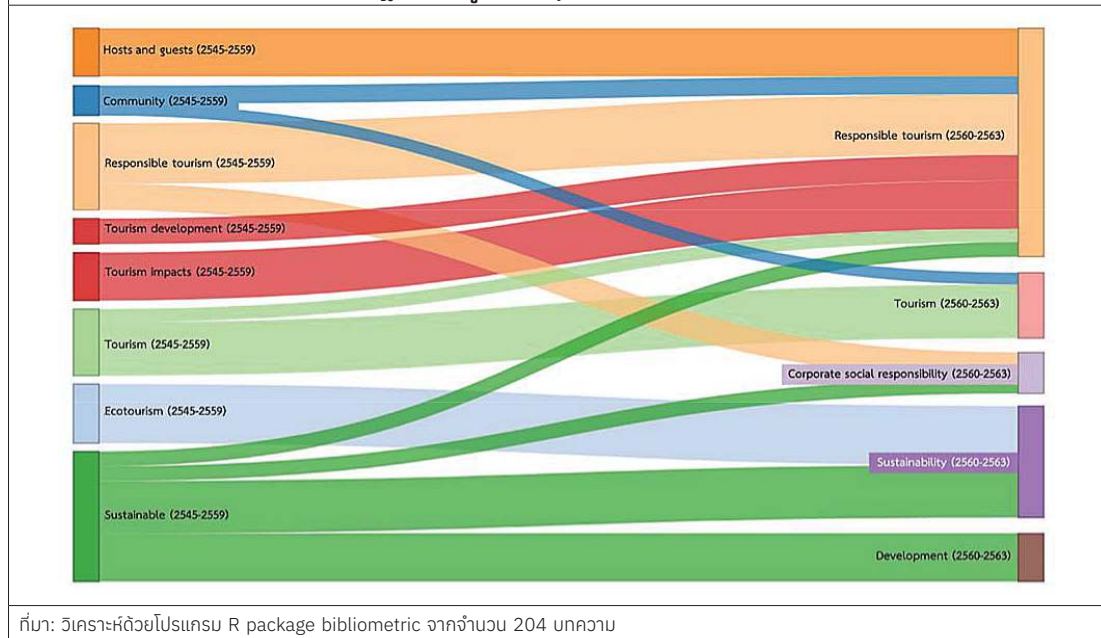
ส่วนประเด็นความรู้ที่จัดอยู่ใน niche themes ซึ่งมีการพัฒนาภายในประเด็นเป็นอย่างดี แต่กลับมีความเกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมได้แก่ ประเด็นความรู้ด้าน “การสัญจรอย่างยั่งยืน (sustainable mobility)” และประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ “ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (tourist experience)” สำหรับ emerging or declining

themes ซึ่งมีทั้งระดับการพัฒนาและระดับของความเกี่ยวข้องน้อย (หรือมีการเชื่อมโยงกับคำสำคัญอื่น ๆ น้อย และมีความเป็นศูนย์กลางในเครือข่ายต่ำ) ได้แก่ ประเด็นความรู้ด้าน “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (socially responsible tourism)” ขณะที่ basic themes ที่เป็น themes ที่มีความเข้มข้นในการพัฒนาน้อย แต่มีความสำคัญต่อโครงสร้างการศึกษาวิจัยในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมในระดับนานาชาติ ประกอบด้วยประเด็นความรู้หลากหลายเรื่อง โดยประเด็นความรู้ที่สำคัญจะเกี่ยวข้องกับเรื่อง “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (responsible tourism)” “ความยั่งยืน (sustainability)” และ “ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder)”

จากผลการวิเคราะห์ thematic map ข้างต้น แสดงให้เห็นว่า บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีประเด็นความรู้ในเรื่องของความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเป็นประเด็นความรู้พื้นฐานที่สำคัญ โดยมีประเด็นความรู้เกี่ยวกับจริยธรรม และชุมชน รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เป็นสามประเด็นที่มีการพัฒนาอย่างเข้มข้นและต่อเนื่องในช่วงเกือบสองทศวรรษที่ผ่านมา (ตั้งแต่ พ.ศ. 2545-2563)

สำหรับผลการวิเคราะห์ thematic evolution ที่แสดงในภาพที่ 2.9 แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่มีการตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล Scopus ระหว่าง พ.ศ. 2545-2563 (พิจารณาจากคำสำคัญในบทความที่นำมาวิเคราะห์) โดยได้แบ่งช่วงเวลาของการวิเคราะห์ออกเป็นสองช่วงเวลาตามแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงที่นำเสนอไว้ก่อนหน้านี้ (การวิเคราะห์แนวโน้มประเด็นความรู้) โดยช่วงแรกเป็นช่วงระหว่าง พ.ศ. 2545-2559 และช่วงที่สองเป็นช่วงระหว่าง พ.ศ. 2560-2563 ซึ่งทั้งสองช่วงเวลามีจำนวนบทความที่ตีพิมพ์ในจำนวนเท่ากัน คือ จำนวน 102 บทความ ทั้งนี้ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ พบว่า ประเด็นความรู้เกี่ยวกับ “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (responsible tourism)” ยังคงเป็นประเด็นความรู้หลักที่มีความเข้มข้นและชัดเจนมากขึ้นในช่วง พ.ศ. 2560-2563 โดยมีการแตกแขนงของความรู้ที่มาเชื่อมโยงหลากหลายประเด็นมากขึ้น (พิจารณาการแตกแขนงของความรู้จากช่วง พ.ศ. 2545-2559 กับ ช่วง พ.ศ. 2560-2563) เช่น การศึกษาเกี่ยวกับชุมชน การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยว การศึกษาเกี่ยวกับความยั่งยืนของการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งก่อน พ.ศ. 2560 บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมักจะเกี่ยวข้องกับประเด็นความรู้ที่หลากหลายมากกว่าในช่วง พ.ศ. 2560-2563 ไม่ว่าจะเป็นประเด็นความรู้ในเรื่องของชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยว ผลกระทบของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีการมุ่งเน้น (focus) มากขึ้นในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2560-2563) โดยให้ความสำคัญมากขึ้นกับการศึกษาวิจัยในประเด็นความรู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืนหรือการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังแสดงในภาพที่ 2.9

ภาพที่ 2.9 วิวัฒนาการของประเด็นความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus พ.ศ. 2545-2563



จากผลการวิเคราะห์บรรณมิติ (bibliometric analysis) ภายใต้แก่นเรื่อง (theme) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม จากบทความจำนวน 204 บทความ ที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติที่อยู่ในฐานข้อมูล Scopus ระหว่าง พ.ศ. 2545-2563 (รวม 19 ปี) พบว่า พรมแดนความรู้ในแก่นเรื่อง การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมักเกี่ยวข้องกับประเด็นความรู้พื้นฐานที่สำคัญ 2 ประเด็น ได้แก่ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และความยั่งยืน (หรือการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) โดยประเด็นความรู้ทั้งสองเป็นพื้นฐานสำคัญของการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และมีการมุ่งเน้น (focus) หรือความเข้มข้นในการศึกษาวิจัยในสองประเด็นความรู้ดังกล่าวที่โดดเด่นและชัดเจนมากขึ้นในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2560-2563) นอกจากนี้ ประเด็นความรู้ทั้งสองยังเป็นประเด็นความรู้ที่มีการพัฒนาอย่างเข้มข้นและต่อเนื่องในช่วงเกือบสองทศวรรษที่ผ่านมา เมื่อมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (วิเคราะห์จากบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารนานาชาติจากฐานข้อมูล Scopus จำนวน 204 บทความ ในช่วง พ.ศ. 2545-2563)

2.2 การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการวิเคราะห์วรรณกรรมด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่เป็นบทความวิชาการที่อยู่ในฐานข้อมูล Scopus ระหว่าง พ.ศ. 2545-2563 จำนวน 204 ฉบับ ด้วยเทคนิค bibliometric analysis จะเห็นได้อย่างชัดเจนถึงความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (หรือการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) โดยเฉพาะเมื่อวิเคราะห์ถึงเครือข่ายของคำสำคัญที่ซึ่งจะเห็นได้ถึงความเชื่อมโยงที่เข้มข้นระหว่างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขณะที่การวิเคราะห์ thematic map ก็ให้ภาพที่ชัดเจนว่า การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีการมุ่งเน้น (focus) และให้ความสำคัญกับการศึกษาวิจัยในประเทศที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น นอกจากนี้ ในภาพรวมของการวิเคราะห์ทั้งหมดยังแสดงให้เห็นว่า ประเด็นความรู้ในเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ยังเป็นประเด็นความรู้ที่มีการพัฒนาอย่างเข้มข้นและต่อเนื่องในช่วงเกือบสองทศวรรษที่ผ่านมาเมื่อมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ดังนั้นเพื่อให้เห็นถึงความเชื่อมโยงเกี่ยวเนื่องกันของการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในลำดับต่อไปจะนำเสนอถึงสาระสำคัญของการทบทวนวรรณกรรมในอดีตเกี่ยวกับประเด็นความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

ในช่วงทศวรรษที่ 1970 มีการถกเถียงและให้ข้อคิดเห็นอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศที่ว่า “*ควรมีความรับผิดชอบ (responsibility) กับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว (หรือ จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว) ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าของบ้าน (host) ทั้งในทางกายภาพของสิ่งแวดล้อม และคนในชุมชน*” (Butler, 1995) ซึ่งการให้ความสำคัญกับ “*ความรับผิดชอบที่มากขึ้น (more responsibility)*” นำมาสู่รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวทางเลือก (alternative tourism) ที่ซึ่งถูกกล่าวถึงในหลายๆ นิยาม (หรือ ชื่อ) เช่น alternative tourism, responsible tourism, eco-tourism, green tourism หรือ minimum impact tourism ซึ่งต่างก็มีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเดิมที่เป็น mass tourism ให้เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม (environmental) สังคม-วัฒนธรรม (social-culture) จริยธรรม (ethically) และการเมือง (political) มากขึ้น

จากการถกเถียงในประเทศของผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมตั้งแต่ยุคทศวรรษที่ 1970 จึงนำมาสู่การให้ข้อเสนอในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) ที่เกิดขึ้นจากความกังวลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม และต้องการที่จะพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดและให้ความสำคัญกับความตระหนักเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งแนวคิดนี้จะเกี่ยวข้องกับ

3 เรื่อง (3 pillars) ที่สำคัญ คือ เศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ซึ่งการศึกษาบางชิ้นในอดีต เช่น Ritchie and Crouch (2000) ได้มีการเสนอและให้ความคิดเห็นเพิ่มเติม โดยพยายามเพิ่มในเรื่องของความยั่งยืนทางการเมือง (political sustainability) เข้ามาเป็นอีกหนึ่งเรื่อง (pillars) ของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่ก็เป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากและยังไม่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง เนื่องจาก ความยั่งยืนทางการเมืองไม่ได้เกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวโดยตรง อย่างไรก็ตาม UNWTO (2004) และ Mahalic (2013) สรุปว่า การไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องประกอบด้วยสามสิ่งที่สำคัญ ได้แก่

1) ความตระหนัก (awareness) ถึงความยั่งยืนและจริยธรรม (sustainability and ethics) ซึ่งสนับสนุนโดยข้อมูลและการศึกษาด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทาน

2) มิติทางการเมือง ซึ่งต้องการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการมีฉันทามติของกลุ่มมวลชน หรือผู้นำทางการเมืองที่เข้มแข็งเพื่อให้สามารถเกิดการดำเนินการที่นำไปสู่เป้าหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้

3) การรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การคงไว้ซึ่งการบรรลุความต้องการของตลาด

ประเด็นของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถูกกล่าวถึงและมีการโต้เถียงกันอย่างเข้มข้นมากขึ้นในช่วงตั้งแต่ต้นทศวรรษที่ 1990 เมื่อ Inskeep (1991) ได้นำเสนอ 5 หลักเกณฑ์สำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ซึ่งต้องคำนึงถึงเมื่อกล่าวถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) เศรษฐกิจ 2) สิ่งแวดล้อม 3) ความรับผิดชอบต่อสังคมของการท่องเที่ยว 4) ความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว หรือความพึงพอใจของผู้มาเยือน (visitors satisfaction) และ 5) ความเท่าเทียมกันในสังคม ซึ่งจากหลักเกณฑ์ดังกล่าวมีเพียงบางหลักเกณฑ์เท่านั้นที่ได้รับความสนใจ ในขณะที่ UNWTO เริ่มสนับสนุนแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมใน 3 เรื่อง คือ สิ่งแวดล้อม สังคม-วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ ซึ่งต่อมาแนวคิดดังกล่าวได้รับความสนใจอย่างมากในงานศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในลักษณะของความพยายามในการสร้างสมดุลของการท่องเที่ยวระหว่างการให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม และนำมาสู่ข้อเสนอแนะและข้อปฏิบัติที่ตามมาอีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการประหยัดพลังงาน (energy saving) รีไซเคิล (recycling) หรือการลดขยะ การลดการปลดปล่อยมลพิษ (reduction of waste and emission) รวมถึงการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน อย่างไรก็ตาม มีนักวิชาการบางคน เช่น Wheeler (1993) มองว่าข้อปฏิบัติดังกล่าวเป็นเพียงเครื่องมือประชาสัมพันธ์เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับผลกระทบเชิงลบของการท่องเที่ยวเท่านั้น ไม่ได้ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่อย่างใด ในขณะที่ฉันทามติ (ความเห็นพ้องต้องกัน) เกี่ยวกับการประสิทธิภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการปฏิบัติเพื่อบรรลุผลดังกล่าวยังคงกระทำได้อยาก

นอกจากนี้ ยังคงมีคำถามอยู่เสมอว่า แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสามารถยกระดับความยั่งยืนของภาคการท่องเที่ยวที่แท้จริงได้อย่างไร หรือเป็นเพียงแค่แนวคิด

ในขณะที่วิธีปฏิบัติเพื่อให้บรรลุตามแนวคิดนี้ยังไม่ชัดเจน รวมถึง ยังพบว่าข้อถกเถียงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นไปที่ระดับแหล่งท่องเที่ยว (destination level) มากกว่าในระดับธุรกิจรายย่อย (micro-level) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบริการ (hospitality industry) ที่มักให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ทางด้านเศรษฐกิจมากที่สุด และให้ความสำคัญน้อยที่สุดในด้านสิ่งแวดล้อม (Blackstock et al., 2008; Bohdanowicz et al., 2005; Bramwell et al., 2008; Mihalic et al., 2012) นอกจากนี้ หลักการ (agenda) ของแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมักเป็นที่ยอมรับสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เป็นภาครัฐมากกว่าภาคเอกชนที่ซึ่งให้ความสำคัญกับเรื่องเศรษฐกิจเป็นสำคัญ

จากสารสนเทศที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) และการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism) มีความใกล้เคียงกันมาก ดังนั้นเพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ในที่นี้จึงขอนำเสนอถึงแนวคิดและนิยามของการท่องเที่ยวทั้งสองรูปแบบที่ได้จากการสังเคราะห์วรรณกรรมพอสังเขปดังนี้

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นแนวคิดของการเดินทางและการสำรวจจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในฐานะของนักท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และคนในชุมชนของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวนั้น ๆ หรือกล่าวโดยสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ UNWTO (2004) ได้ให้นิยามการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็น *“การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมถึงตอบสนองความต้องการของทั้งผู้เยี่ยมชมเยือนธุรกิจ และคนในชุมชนท่องเที่ยวนั้น”* จากนั้นยาดังกล่าว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จะเกี่ยวข้องกับ

1) การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยยังคงรักษาระบบนิเวศวิทยาที่สำคัญ และปกป้องความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ

2) การเคารพต่อสังคม-วัฒนธรรมของคนในชุมชนที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมและค่านิยมของชุมชน และมีส่วนร่วมในการทำให้เกิดความเข้าใจและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกัน

3) การทำให้เกิดผลทางเศรษฐกิจในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างยุติธรรม การก่อให้เกิดการจ้างงานที่มั่นคง สร้างโอกาสในการได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อบรรเทาความยากจนในชุมชนที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

สำหรับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ช่วยลดผลกระทบด้านลบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว และสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับคนในชุมชนที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Goodwin, 2016)

จากนิยามและแนวคิดข้างต้นพอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีความสอดคล้องและเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางที่นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมักจะเกี่ยวข้องกับประเด็นในระดับโลก เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate change) และพยายามเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม (มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว) ขณะที่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจะมุ่งเน้นที่การดำเนินการของแต่ละบุคคล และแต่ละจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจึงเกี่ยวข้องกับการระบุประเด็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่มีความสำคัญในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการนำผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาร่วมกันดำเนินการเพื่อรับผิดชอบต่อประเด็นดังกล่าวด้วย หรืออาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมุ่งเน้นไปที่การมีส่วนร่วมของชุมชน ธุรกิจ และรัฐบาลในการลดผลกระทบเชิงลบ และเพิ่มผลกระทบเชิงบวกทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว (มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงในระยะสั้น)

นอกจากนี้ เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนของการบูรณาการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน Mahalic (2016) จึงได้เสนอแนวคิดที่เป็นแบบจำลองการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและยั่งยืนแบบบูรณาการ (integrated sustainability-responsibility model) ที่อยู่บนพื้นฐานมุมมองเชิงทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองและเศรษฐศาสตร์เชิงพฤติกรรม โดยนำเสนอถึง 3 ขั้นตอน ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของแบบจำลองดังกล่าว ได้แก่ การรับรู้/การตระหนัก (awareness) การประชุม/กำหนดการ (agenda) และการดำเนินการ (action) แบบจำลองดังกล่าวรู้จักกันในชื่อ “Triple-A model” แบบจำลองนี้สามารถเป็นตัวบ่งชี้ความยั่งยืนและให้คำแนะนำเกี่ยวกับวิธีการนำแนวคิดความยั่งยืนไปใช้อย่างต่อเนื่องและเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวที่เน้นมูลค่าตลาดและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมไปสู่การท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและมูลค่าทางสังคมมากขึ้น รวมถึงยังเป็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) เข้ากับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (responsible tourism) เพื่อนำมาสู่นิยามของ “responsustable tourism” หรือการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน ที่เป็นการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) เข้ากับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (responsible tourism) ที่แสดงให้เห็นถึงทั้งความรับผิดชอบต่อสังคมและความยั่งยืนของพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นเสาหลัก (pillars) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจ (economic pillar) ด้านสิ่งแวดล้อม (environmental pillar) และด้านสังคม-วัฒนธรรม (socio-cultural pillar) ที่ตั้งอยู่บนข้อกำหนดของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามที่กล่าวมาแล้วทั้ง 3 ประการ คือ ความตระหนักเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (environmental awareness) การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders' participation) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (tourist satisfaction) หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งก็คือ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมเปรียบเสมือนเป็นข้อปฏิบัติเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.3 นิยามของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (Responsible tourism)

พ.ศ. 2545 (หรือ ค.ศ. 2002) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism: RT) ถูกนิยามและนำเสนอถึงแนวทางการพัฒนาครั้งแรกในการประชุม World Summit ว่าด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืน ณ เมือง Cape Town สาธารณรัฐแอฟริกาใต้ ว่า *“Making better places for people to live in and better places for people to visit”* หรือ *“การทำให้สถานที่นั้นน่าอยู่ขึ้นสำหรับทั้งเจ้าของบ้านและผู้เยี่ยมชมเยือน”* (Goodwin, 2014) ซึ่งปฏิญญา Cape Town ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญ 7 ประการ ดังนี้ (International Conference on Responsible Tourism in Destination, 2002)

- 1) การลดผลกระทบเชิงลบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 2) การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้เพิ่มขึ้นกับคนท้องถิ่น ส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากร ปรับปรุงสภาพการทำงาน (เช่น เพิ่มการจ้างงาน) และการเข้าถึงภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยวของแรงงานในชุมชน
- 3) การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย) เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตหรือโอกาสของตนเอง (เช่น การทำงาน หรือการมีรายได้เพิ่มขึ้น)
- 4) การส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม เพื่อรักษาความหลากหลายของโลก (world's diversity)
- 5) การสร้างประสบการณ์ที่สนุกสนานและเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น สร้างความเข้าใจและเคารพต่อวัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ และสภาพแวดล้อมของคนท้องถิ่นที่มีความแตกต่างกัน
- 6) การทำให้นักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานภาพ เข้าถึงการท่องเที่ยวได้
- 7) การสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน (host) โดยทำให้เกิดความภาคภูมิใจและมั่นใจในความเป็นท้องถิ่นของตนเอง

จากนิยามและแนวทางการพัฒนาที่นำเสนอ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจึงมีเป้าหมายที่จะมอบประสบการณ์ที่สนุกสนานมากขึ้น (more enjoyable experiences) ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านการปฏิสัมพันธ์กับคนท้องถิ่น ความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Cape Town Declaration, 2002) อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบถูกนำเสนอและกล่าวถึงมาก่อนหน้า พ.ศ. 2545 อย่างเช่น Krippendorff (1987) ระบุว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเกิดจากความต้องการพักผ่อนที่สามารถบรรลุความพึงพอใจของสังคม (the satisfaction of social needs) ในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และเกิดความตระหนักรู้ในตนเอง (self-realization) ผ่านกิจกรรมที่สร้างสรรค์ การสำรวจ และการเรียนรู้ เป็นต้น

แม้ว่ามีการนำเสนอนิยามและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมาตั้งแต่ พ.ศ. 2545 แต่จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีต พบว่า การศึกษาที่ผ่านมายังไม่มีฉันทามติในการใช้นิยามเดียวกันเมื่อมีการศึกษาวิจัยในประเด็นดังกล่าว มีแต่เพียงการนำเสนอและแนวทางการพัฒนาที่เสนอใน พ.ศ. 2545 ไปเป็นกรอบในการกำหนดนิยามของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมสำหรับการศึกษาวิจัยทั้งในเชิงประจักษ์ และการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจุดหมายปลายทาง (destination) ที่แตกต่างกัน อย่างเช่น Manente, Minghetti and Mingotto (2014) เสนอว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม หมายถึง การท่องเที่ยวที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่แสดงถึงความเคารพต่อสถานที่และคนในท้องถิ่นที่ไปเยี่ยมชม รวมถึงการสนับสนุนและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของเจ้าบ้าน ในขณะที่ Fatin, Amirah and Khairani (2014) กล่าวว่า วัฒนธรรม (cultural) และสิ่งแวดล้อม (environment) เป็นสองปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบอย่างมากต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความรับผิดชอบต่อจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่ไปเยี่ยมชม ด้วยการอนุรักษ์หรือรักษาสองสิ่งนี้เอาไว้ ส่วน Kumar and Nandani (2016) ให้ข้อเสนอเพิ่มเติมว่า การตระหนัก (awareness) และการมีส่วนร่วม (involvement) ของคนท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจะกระตุ้นให้คนท้องถิ่นปกป้องชุมชนของตนเองจากผลกระทบเชิงลบของกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างจาก Bob (2016) ที่ศึกษาทางด้านอุปสงค์ แล้วให้ข้อเสนอว่า ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม (environmental knowledge) หรือความตระหนัก (awareness) ของนักท่องเที่ยว อาจไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม แต่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการให้ข้อมูลหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น ที่พักแรมควรมีการเผยแพร่ความคิดเกี่ยวกับที่พัก/โรงแรมสีเขียว (green hotel) หรือมีการทำธุรกิจที่เป็นธรรม (fair trade) กับนักท่องเที่ยวเมื่อมีการจองห้องพัก เป็นต้น

สำหรับประเทศไทยซึ่งมีงานศึกษาในเชิงวิชาการจำนวนน้อยมาก แต่ได้มีสมาคมท่องเที่ยวไทยอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Thai Responsible Tourism Association) ที่ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมไว้ว่า เป็นการเดินทางไปยังสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีผลกระทบต่อธรรมชาติน้อยที่สุด เป็นการท่องเที่ยวที่รักษาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อคนรุ่นต่อไป โดยการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจะมุ่งเน้นไปที่ภาคที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ชุมชน ธุรกิจ ภาครัฐ ที่ช่วยกันสร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบน้อยที่สุด ทั้งนี้การดำเนินการต้องให้ความสำคัญกับความเป็นท้องถิ่น มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ทุกขั้นตอน เพื่อใช้การท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน

จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีต การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงนิยาม การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (responsible tourism) ว่า หมายถึง รูปแบบและ/กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถลด

ผลกระทบเชิงลบของการท่องเที่ยวและ/ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนและ/จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ยังมีนิยามอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ได้แก่

การจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible tourism management) ที่เป็นการจัดการธุรกิจ การดำเนินงานในองค์กร หรือการบริหารงานต่างๆ ในลักษณะที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น ทรัพยากรธรรมชาติ และภาคธุรกิจ (หรือผู้ประกอบการ) เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Frey and George, 2010)

นักท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (responsible tourist) ซึ่งหมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการเดินทางตามแนวทางปฏิบัติของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นั่นคือ มีความห่วงใยต่อสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของจุดหมายปลายทางที่ตนเองเดินทางไปท่องเที่ยว รวมทั้งเข้าใจถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเดินทางมาท่องเที่ยวของตนเอง ดังนั้นจึงพยายามแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่จะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบ เช่น การแต่งกายอย่างเหมาะสม ไม่ใช้ถุงพลาสติก รวมถึงการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนที่เดินทางไปท่องเที่ยว เช่น ใช้บริการร้านค้า หรือที่พักแรมที่เป็นของคนในชุมชน หรือมีการจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (เช่น green hotel) เป็นต้น (Global Sustainable Tourism Council, 2022)

2.4 การศึกษาในอดีตเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

การนำเสนอผลการทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในส่วนนี้ แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ประเด็นย่อยที่สำคัญ ได้แก่ การศึกษาเกี่ยวกับอุปทาน การพัฒนา และแนวทางการพัฒนา (guideline) การศึกษาด้านอุปสงค์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ดังมีรายละเอียดในแต่ละประเด็นย่อยพอสังเขปดังนี้

2.4.1 การศึกษาเกี่ยวกับอุปทาน การพัฒนา และแนวทางการพัฒนา (guidelines)

การพัฒนาการท่องเที่ยวมักจะก่อให้เกิดความไม่สมดุลในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น มีการนำที่ดินทางการเกษตรไปประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือกิจการ/ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการจัดสรรน้ำจากภาคการเกษตรไปใช้ในธุรกิจที่พักแรม เป็นต้น (วรานันต์ ตันติเวทย์

และโสมสกว เพชรานนท์, 2557) รวมถึงเกิดการนำวัฒนธรรมมาใช้ในทางที่ผิดหรือนำมาสู่การบิดเบือนและทำลายวัฒนธรรมของชุมชน ดังนั้นการเฝ้าระวังทางสังคมไม่ให้มีการนำทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้อย่างไม่ถูกต้องและไม่มีประสิทธิภาพโดยภาคการท่องเที่ยว หรือถูกการพัฒนาการท่องเที่ยวครอบงำการจัดสรรและ/การใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม จำเป็นต้องให้ชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ (ที่เป็นสินค้าสาธารณะ (public goods)) เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา อนุรักษ์ พื้นฟู สืบสาน และสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในท้องถิ่น (นพชัย ฟองอิสระ และศศิพัชร เมฆรา, 2563) นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นย่อมส่งผลกระทบต่อประชาชนที่พำนักอาศัยอยู่ในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ซึ่งคนท้องถิ่นเหล่านั้นต้องมีการปรับตัวที่เป็นการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของตนเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจากการที่ชุมชนและ/ท้องถิ่นของตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตต่อไปทั้งในด้านเศรษฐกิจ (เช่น มีรายได้เพิ่มขึ้น ประชากรมีงานทำเพิ่มขึ้น) สังคม (เช่น มีสาธารณูปโภคเพิ่มขึ้น/ดีขึ้น การคมนาคมขนส่งดีขึ้น) สิ่งแวดล้อม (เช่น ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกิจกรรมท่องเที่ยวลดลง งบประมาณด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น) และสถาบัน (เช่น เมืองครีเอทีฟเพื่อบริหารจัดการเกี่ยวกับการให้บริการท่องเที่ยว มีการให้ความรู้หรือฝึกอบรมในด้านการให้บริการท่องเที่ยว) (วรานันต์ ตันติเวทย์ และโสมสกว เพชรานนท์, 2557)

ดังนั้น ที่ผ่านมามีการให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจากการศึกษาของ วรานันต์ ตันติเวทย์ และโสมสกว เพชรานนท์ (2557) พบว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในทัศนะของประชาชน คือ การท่องเที่ยวที่ทำให้ชุมชนหรือท้องถิ่นมีความพึงพอใจกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถพิจารณาจากความพึงพอใจของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบด้านโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) เศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ขณะที่ Tour Operators Initiative (2002) EU (2003) และ UNWTO (2004) ได้นำเสนอตัวบ่งชี้ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนที่คล้ายคลึงและสอดคล้องกันในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1) ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว 2) มีการบำบัดน้ำเสีย 3) มีการจัดการขยะ และ 4) มีการจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบในการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม จากที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้นว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทางที่มุ่งสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นในระดับนานาชาติในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะในประเด็นของการให้ข้อเสนอถึงแนวทางการปฏิบัติเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ (จะขอกล่าวถึงในลำดับต่อไป) สำหรับประเทศไทยการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ ส่วนใหญ่เป็นศึกษาด้านอุปทานในระดับจุดหมายปลายทางที่เกี่ยวข้องกับประเด็นในเรื่องของการพัฒนาที่ยั่งยืน และในระดับธุรกิจที่ส่วนใหญ่มักจะเกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม หรือที่เรียกว่า การรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (corporate social responsibility: CSR) โดยรูปแบบ

การดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) อาจอยู่ในลักษณะของการสร้างศูนย์เรียนรู้ให้กับชุมชนในเรื่องของการทำการเกษตรอินทรีย์ การเป็นตลาดรับซื้อผลผลิตของชุมชน การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวสำหรับน่านกท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมและเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน (เช่น ในกรณีของ “ชุมพรคานาอาร์สอร์ท”) เป็นต้น ทั้งนี้ การดำเนินการในลักษณะของ CSR จะส่งผลดีต่อภาคธุรกิจคือ ทำให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจดีขึ้น มีลูกค้ามากขึ้น สามารถลดต้นทุนการผลิต สามารถควบคุมคุณภาพของผลผลิตที่มาจากคนท้องถิ่น เป็นต้น ในขณะที่ชุมชนก็จะได้รับประโยชน์ทั้งด้านความมั่นคงทางอาหารและเศรษฐกิจที่มาจากรายได้จากการจำหน่ายผลผลิต นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจในลักษณะ CSR ยังทำให้ชุมชนเกิดการรวมกลุ่ม เรียนรู้การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนเพิ่มความไว้วางใจระหว่างสมาชิกในชุมชน ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของทุนสังคม (social cost) ของชุมชน รวมถึงสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างธุรกิจกับชุมชน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งทุนสังคมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจในลักษณะ CSR (วิเศษาร์ ชีวะสาธน์, 2555; พิชญากร กุญชรินทร์, 2559)

นอกจากนี้ งานศึกษาบางชิ้นยังแสดงให้เห็นว่า แม้จะมีกฎหมายกำกับกับการดำเนินธุรกิจ แต่กฎหมายและ/กฎระเบียบดังกล่าวมิได้กล่าวและ/ยังไม่มีความชัดเจนว่า ควรดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร อย่างเช่นในกรณีของธุรกิจสปาซึ่งต้องปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานธุรกิจสปาตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2551 ที่มุ่งยกระดับการจัดระเบียบสถานประกอบการสปาให้เท่าเทียมกัน เพื่อเตรียมความพร้อมในการผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางสปาของเอเชีย แต่ในกรอบมาตรฐานดังกล่าวมิได้มีการระบุถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจสปา เช่น การสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน การดูแลพนักงานบนแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นต้น (วิชุดา มาชู และกนกอร แซ่ลี้ม, 2560)

สำหรับในระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมได้กลายเป็นแนวคิดและหลักการที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวสมัยใหม่ (Hanafiah, Azman, Jamaluddin and Aminuddin, 2016) เนื่องจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อพื้นที่หรือประเทศที่พึ่งพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจะสามารถช่วยลดผลเสียจากการพัฒนา และยังช่วยให้เกิดการเพิ่มและกระจายผลประโยชน์ภายในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้การศึกษาโดย Brunt and Courtney (1999) และ Hafiz, Jamaluddin, Zulkifly and Othman (2014) แนะนำและเสนอให้วิธีปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมเป็นทางเลือกในการพัฒนาการท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจะมีความแตกต่างกันออกไปตามพื้นที่หรือจุดหมายปลายทาง โดยการศึกษาของ Martínez, Pérez and Rodríguez del Bosque (2013) พบว่า แนวทางปฏิบัติเพื่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมควรมุ่งเน้นในมิติของความรับผิดชอบต่อสังคม และมิติทางด้านจริยธรรมภายในท้องถิ่น ขณะที่ Hafiz, et al. (2014) ระบุว่า สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม คือ การวางแผนของจุดหมายปลายทางอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อม

อย่างรับผิดชอบ ซึ่งทั้ง 2 มิติดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Carasuk (2011) และ Darson, Wahab, Kassim and Hanafiah (2013) ที่แสดงให้เห็นว่า ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

อย่างไรก็ตาม การปฏิบัติและ/หรือการพัฒนาจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ยังคงมีข้อจำกัดทางด้านพื้นที่ เนื่องจาก แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจะมีมิติสำคัญที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวและ/พื้นที่ท่องเที่ยว (Hanafiah et al., 2016) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตและรายงานการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาและแนวทางการพัฒนา (guideline) ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ สามารถสรุปถึงแนวทางการปฏิบัติของแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ได้พอสังเขปดังนี้

1) แนวทางปฏิบัติสำหรับองค์กร/หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วย

(1) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เช่น

- การใช้ที่ดิน การโซนนิ่ง
- มีการบรรจุการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบไว้ในแผนงาน
- มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
- เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- มีศูนย์อบรมด้านการท่องเที่ยว
- มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลัก
- มีการเก็บรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลการท่องเที่ยว และสถิตินักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่รับผิดชอบ
- มีการนำภาษีที่ได้จากการท่องเที่ยวไปใช้เพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมและสังคม
- จัดทำกฎระเบียบในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวหรือผู้เยี่ยมชมปฏิบัติ

(2) การเพิ่มผลประโยชน์ในทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนและเจ้าของสถานที่ รวมถึงการลดผลกระทบทางลบและเพิ่มผลกระทบทางบวก เช่น

- ส่งเสริมให้คนท้องถิ่นได้รับการจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- ส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นได้จำหน่ายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- สร้างกลไก CSR ในทุกภาคส่วนขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- มีการพัฒนาทักษะด้านการท่องเที่ยวให้กับพนักงานและลูกจ้าง

- มีคู่มือสำหรับนักท่องเที่ยวในทุกกิจกรรมท่องเที่ยว
 - ส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจท้องถิ่นผ่านธุรกิจ SMEs
- (3) การศึกษาไว้ซึ่งความหลากหลายและการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณี เช่น
- มีการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมด้วยภาษาที่หลากหลาย
 - มีการอนุรักษ์และสืบทอดประเพณีวัฒนธรรมของท้องถิ่นผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว
 - การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากพื้นที่อื่น โดยคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของพื้นที่
- (4) การอนุรักษ์และส่งเสริมสิ่งแวดล้อม เช่น
- ภาครธุรกิจท่องเที่ยวมีการจัดการการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ
 - ภาครธุรกิจท่องเที่ยวมีการพัฒนาเพื่อลดของเสีย สิ่งปฏิกูล และลดการบริโภคที่ไม่จำเป็น
 - มีการตรวจสอบเกี่ยวกับการใช้น้ำ และมีการกำหนดแผนในการลดการใช้น้ำของผู้ประกอบการในพื้นที่
 - มีการฝึกอบรมนักสื่อความหมายท้องถิ่นที่ทำให้ผู้มาเยือนเกิดความพึงพอใจและช่วยปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ
 - สนับสนุนการจัดตั้งองค์กรเพื่อปกป้องพื้นที่อนุรักษ์ทั้งทางบกและทางน้ำ
 - สร้างองค์ความรู้ด้านคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติให้กับนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น
- (5) การกำหนดราคาสินค้า เช่น
- มีการตรวจสอบผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวว่ามีการตั้งราคาที่เป็นธรรมและสอดคล้องกับคุณภาพสินค้าและบริการ
 - มีระบบในการกำหนดระดับราคาที่พิกในทุกรูปแบบ
- (6) การดูแลเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น
- มีการพัฒนาห้องน้ำและทางเท้าให้มีมาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวทุกประเภท โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวหลัก
 - มีการจัดทำข้อมูลที่จะช่วยพัฒนาสุขภาพ สร้างความมั่นใจและปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง
 - มีอุปกรณ์และวิธีการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินในแหล่งท่องเที่ยวหลัก

(7) มีการลดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ผิดศีลธรรม เช่น

- จัดทำคู่มือสิ่งที่ทำได้และห้ามทำ (Do and Don't) สำหรับนักท่องเที่ยว
- สนับสนุนและส่งเสริมผู้ประกอบการท่องเที่ยวในท้องถิ่นในการป้องกันการใช้แรงงานเด็ก และ/หรือแรงงานต่างด้าวที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้อง

2) แนวทางปฏิบัติสำหรับชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

(1) การลดผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม เช่น

- มีการส่งเสริมสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่มีในท้องถิ่นที่ไม่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อม
- กลุ่มท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการจัดการขยะในชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว
- มีมาตรการ/วิธีการในการจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวแต่ละกิจกรรมเพื่อลดมลพิษและปริมาณขยะ เช่น การใช้ยาม ถูผ้า ปิ่นโต เป็นต้น
- มีข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อควบคุมเสียงรบกวน

(2) การสร้างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น

- มีการทำงานร่วมกับภาคีเครือข่ายต่าง ๆ
- มีการจัดการข้อมูลและเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (carrying capacity) ในพื้นที่ท่องเที่ยวที่จะไม่ทำให้ทรัพยากรทางสังคม วัฒนธรรม ธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมเสียหายอย่างชัดเจน
- มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้านผ่านประสบการณ์จริง

(3) การสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับประชาชนในท้องถิ่นและเพิ่มคุณภาพชีวิตของชุมชนเจ้าบ้าน เช่น

- กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น
- มีการจัดสรรรายได้ของกลุ่มเพื่อสนับสนุนกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ของชุมชนอย่างต่อเนื่อง
- สมาชิกในกลุ่มมีโอกาสในการมีรายได้ภายใต้การจัดการในระบบหมุนเวียนการให้บริการท่องเที่ยว
- กลุ่มท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้ชาวบ้านและกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ในชุมชนเข้ามาจำหน่ายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว

- ส่วนประกอบส่วนใหญ่ของอาหารนำมาจากวัตถุดิบในท้องถิ่น
- มีการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่นที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- มีการเปิดโอกาสให้สมาชิกที่ด้อยโอกาสในชุมชน เช่น ผู้สูงอายุ คนพิการ เยาวชน เป็นต้น มีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์อย่างเหมาะสมจากการท่องเที่ยว
- มีการจัดตั้งกองทุนพัฒนาชุมชนเพื่อใช้ในกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ของชุมชน

(4) คนในชุมชนมีอำนาจในการตัดสินใจ เช่น

- มีการทำงานในระบบกลุ่มท่องเที่ยว โดยมีคณะกรรมการเข้ามาบริหารจัดการ
- กลุ่มท่องเที่ยวมีการแบ่งหน้าที่และกระจายบทบาทการทำงาน
- การรับสมาชิกในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ฯลฯ จะต้องดำเนินการคัดเลือกอย่างเป็นธรรม โดยขึ้นอยู่กับคุณภาพและความเห็นจากสมาชิก
- กลุ่มท่องเที่ยวมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับการใช้ประโยชน์ของสภาพพื้นที่ของชุมชน
- กลุ่มท่องเที่ยวมีกระบวนการทำงานที่ให้โอกาสกับสมาชิกในการร่วมคิดวางแผนและตัดสินใจ

(5) การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย เช่น

- กลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ
- มีข้อควรปฏิบัติเกี่ยวกับความปลอดภัย แสดงจุดที่มีความเสี่ยงพร้อมชี้แจงให้นักท่องเที่ยวรับทราบ
- อุปกรณ์จำเป็นพื้นฐานมีความสะอาด เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว มีความพร้อมในการใช้งาน และมีการทำความสะอาดทุกครั้งก่อนที่นักท่องเที่ยวเข้าพักหรือมาใช้บริการ
- ห้องน้ำมีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ ปลอดภัย และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทุกเพศ ทุกวัย
- ภูมิทัศน์รอบบ้านมีความสะอาด ปลอดภัย สวยงาม ไม่มีขยะหญ้าไม่รก เป็นต้น
- มีการทำอาหารให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น อาหารมุสลิม หรืออาหารมังสวิรัต เป็นต้น

- กลุ่มท่องเที่ยวมีแผนรองรับความปลอดภัยในกรณีเกิดอุบัติเหตุ มีการเตรียมการปฏิบัติงานทั้งในด้านของบุคลากร อุปกรณ์ และ ยานพาหนะ

(6) สร้างวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดความเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน รวมถึงการสร้างความรู้ความภาคภูมิใจให้กับชุมชนท้องถิ่น เช่น

- มีกฎระเบียบด้านวัฒนธรรม และมีการให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเพื่อรับทราบและปฏิบัติตามแนวทางที่ชุมชนกำหนด
- มีข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวและสมาชิกกลุ่มท่องเที่ยวในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่ช่วยลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงสังคม-วัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น
- มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำ และได้สัมผัสประสบการณ์ตรงจากชุมชนหรือเจ้าของที่พัก อย่างเช่น โฮมสเตย์
- มีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น สมุดเยี่ยม แบบสอบถาม เป็นต้น

3) แนวทางปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ประกอบด้วย

(1) ศึกษาจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่จะไปเยือน เช่น วัฒนธรรม ของจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

(2) เดินทางโดยยานพาหนะท้องถิ่นของจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน

(3) เอาใจใส่ต่อสิ่งแวดล้อม ไม่ทำกิจกรรมที่จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยว

(4) ใช้น้ำอย่างประหยัดและคุ้มค่า รวมถึงลดการใช้พลังงานอย่างฟุ่มเฟือย

(5) ให้ความเคารพต่อวัฒนธรรม และประเพณีของสถานที่ท่องเที่ยวที่ไปเยือน

(6) สนับสนุนสินค้าพื้นเมือง เพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับคนท้องถิ่น

นอกจากแนวทางปฏิบัติของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 3 กลุ่มแล้ว การศึกษาที่ผ่านมา ยังมีการศึกษาในระดับธุรกิจที่มักจะเกี่ยวข้องกับประเด็นของการดำเนินธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม หรือที่เรียกว่า corporate social responsibility (CSR) ในความหมายที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อธุรกิจในการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมความรับผิดชอบต่อ 4 ด้าน (Carroll, 1991) ได้แก่ 1) ความรับผิดชอบต่อด้านเศรษฐกิจ (economic responsibility) ที่เป็นการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้แก่ผู้ถือหุ้น และผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเพื่อตอบสนองต่อ

ความต้องการของตลาดอย่างเพียงพอ 2) ความรับผิดชอบด้านกฎหมาย (legal responsibility) ที่เป็นการดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับสากล 3) ความรับผิดชอบต่อด้านจริยธรรม (ethical responsibility) ที่เป็นการรับผิดชอบต่อทั้งการดำเนินธุรกิจ และผลของการดำเนินธุรกิจที่อยู่นอกเหนือจากที่กฎหมายกำหนด และ 4) ความรับผิดชอบต่อด้านเมตตาธรรม (philanthropic responsibility) ที่เป็นการรับผิดชอบต่อสังคมที่แสดงออกถึงความมีเมตตา ได้แก่ กิจกรรมเกี่ยวกับการบริจาค กิจกรรมอาสาสมัครต่าง ๆ ฯลฯ โดยรูปแบบกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ที่ต่างกันย่อมก่อให้เกิดคุณค่าแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กิจกรรมเพื่อสังคมที่แสดงออกถึงความมีเมตตาธรรม เช่น การบริจาคเพื่อการกุศล การให้พนักงานในองค์กรไปร่วมเป็นอาสาสมัคร มักเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากที่สุด ขณะที่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ (business practices) เช่น กิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลพนักงาน เป็นต้น เป็นกิจกรรมที่มีคุณค่าต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียน้อยกว่ากิจกรรมในกลุ่มแรก เช่นเดียวกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ เช่น การรักษาคุณภาพสินค้า การผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมรูปแบบใด ล้วนแล้วแต่สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กร (หรือธุรกิจ) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ในระดับหนึ่ง (Bhattacharya, Korschun and Sen, 2008; Pelozo and Shang, 2011)

2.4.2 การศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

การศึกษาด้านอุปสงค์และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอดีตที่ผ่านมา มักเกี่ยวข้องกับการศึกษาในเรื่องของการสำรวจการรับรู้ถึงพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ (responsible tourists) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีการแสดงออกในลักษณะที่เคารพ (respect) คนท้องถิ่นในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่ตนไปเยือน ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (Stanford, 2006; Fennell, 2006; Caruana, Glozer, Crane and McCabe, 2014; Farmaki, Constanti, Yiasemi and Karis, 2014; Mihalic, 2016) อย่างไรก็ตาม จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน ดังนั้นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังพื้นที่หนึ่งอาจจะไม่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อในพื้นที่อื่น ๆ ดังนั้นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแต่ละแห่งจึงต้องพิจารณาว่าอะไรคือสิ่งที่ต้องอนุรักษ์หรือรักษาไว้ และอะไรที่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือปรับตามความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ (Lew, Ng, Ni and Wu, 2016)

ขณะทำงานศึกษาเกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่างความยั่งยืนของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ ส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะของ

การพิจารณาว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว (tourism stakeholders) ในจุดหมายปลายทางนั้น ๆ ควรมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่ออย่างไร ซึ่งเป็นการศึกษาในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเป็นผู้พิจารณาพฤติกรรมของตนเอง ตัวอย่างเช่น การรับรู้ของคนท้องถิ่นเกี่ยวกับพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อตนเอง (Shamsub and Lebel, 2012; Cahyanto, Pennington-Gray and Thapa, 2013; Liu, Qu, Huang, Chen, Yue, Zhao and Liang, 2014; Mathew and Sreejesh, 2017; Chia, Ramachandran, Ho and Ng, 2018; Shahzalal and Font, 2018) การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมความรับผิดชอบต่อตนเอง ซึ่งมักจะขึ้นอยู่กับเป้าหมายเฉพาะในแต่ละการศึกษา เช่น เพื่อก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือเพื่อลดผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว เป็นต้น (Budeanu, 2007; Yakushiji, 2010; Sin and Minca, 2014; Paris, Musa and Thirumoorthi, 2015; Kim et al., 2018)

จากทบทวนวรรณกรรมในอดีตที่ผ่านมา สามารถสรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวได้ 3 มิติที่สำคัญ คือ มิติทางด้านเศรษฐกิจ (economic dimension) มิติทางด้านสังคม-วัฒนธรรม (socio-culture dimension) และมิติทางด้านสิ่งแวดล้อม (environmental dimension) ดังมีรายละเอียดในแต่ละมิติพอสังเขปดังนี้ (Kumar and Nandani, 2016; Gong, Detchkhajornjaroensri and Knight, 2018)

1) มิติทางด้านเศรษฐกิจ (economic dimension) เช่น การกระจายผลประโยชน์ให้กับคนในชุมชนอย่างเท่าเทียม เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมามักพิจารณาจากบริการของคนในท้องถิ่น (local services) สิ่งอำนวยความสะดวกในท้องถิ่น (local facilities) ผลิตภัณฑ์ชุมชน (local products) และความใจบุญสุนทาน เช่น การบริจาค (philanthropy) เป็นต้น ตัวอย่างเช่น การซื้อผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การใช้รถสาธารณะในท้องถิ่น หรือมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเข้าพักอาศัย เช่น การเช่ารถจักรยาน เป็นต้น

2) มิติทางด้านสังคม-วัฒนธรรม (socio-culture dimension) เช่น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมามักพิจารณาในเรื่องของประเพณีวัฒนธรรม (culture/customs) สิทธิมนุษยชน (human rights) กฎหมาย (code law) และความปลอดภัย (safety) ตัวอย่างเช่น การปฏิบัติตามธรรมเนียมประเพณีในท้องถิ่น กฎหมาย แสดงความห่วงใยต่อสุขภาพอนามัยของคนท้องถิ่น เช่น การไม่สูบบุหรี่ในที่สาธารณะ เป็นต้น

3) มิติทางด้านสิ่งแวดล้อม (environmental dimension) เช่น การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งที่ผ่านมามักพิจารณาจากความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (environmental friendliness) ทรัพยากรธรรมชาติ (natural resources) มลภาวะ (pollution) การอนุรักษ์ (conservation) ตัวอย่างเช่น การใช้ไฟฟ้าและน้ำอย่างประหยัด การไม่ทิ้งขยะในที่สาธารณะ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในปัจจุบันเริ่มมีการศึกษาในมุมมองของคนท้องถิ่นที่มีต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อโดยรวมของนักท่องเที่ยว (overall responsible

behavior) (Su and Wall, 2015) และการประเมินการรับรู้ (perception) ของนักท่องเที่ยว (Gong, Detchkhajornjaroensri and Knight, 2018) รวมทั้งการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยที่อธิบายพฤติกรรมที่รับผิดชอบของนักท่องเที่ยว ซึ่งมักแบ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลออกเป็น 1) ปัจจัยภายในตัวบุคคลของนักท่องเที่ยว (internal/personal factors) เช่น วัฒนธรรม (culture) การให้คุณค่าและทัศนคติ (values and attitudes) จริยธรรม และแรงจูงใจ (ethics and motivations) การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม (social engagement) ความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (concern with sustainable tourism) เป็นต้น (Stanford, 2006; Diallo et al., 2015; Zgolli and Zaiem, 2018) และ 2) ปัจจัยภายนอก (external factors) หรือบริบทแวดล้อม (contextual factors) ของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว เช่น การตลาด (marketing) การจัดการ (ดูแล) ผู้เยี่ยมชม (visitor management) ข้อมูลและการสื่อสาร (information and communication) การที่นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว เป็นต้น (Stanford, 2006; Chiappa, Grappi and Romani, 2016; Zgolli and Zaiem, 2018) โดยปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ยังอาจมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านพฤติกรรมที่รับผิดชอบของนักท่องเที่ยวไปยังการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Budeanu, 2007; Zgolli and Zaiem, 2018)

2.4.3 การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

การปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (responsible tourism practice: RTP) เป็นทางเลือกที่ถูกนำเสนอในหลายงานศึกษา (Brunt and Courtney, 1999; Hafiz et al., 2014) โดยมีเป้าหมายเพื่อแสดงให้เห็นว่า การปฏิบัติดังกล่าวสามารถลดผลกระทบเชิงลบของการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ ซึ่ง Martínez et al. (2013) เสนอว่า RTP อาจมาจากความรับผิดชอบต่อสังคมและมิติทางจริยธรรมที่มุ่งเน้นไปที่มุมมองของคนท้องถิ่น นั่นคือ คนท้องถิ่นมีมุมมองต่อความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างไร นอกจากนี้ในงานศึกษาของ Hafiz et al. (2014) ได้เสนอให้มีการวัดการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบใน 2 มิติที่สำคัญ คือ 1) การวางแผนของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible destination planning) และ 2) การปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่รับผิดชอบ (responsible environmental practice) ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Carasuk (2011) และ Darson et al. (2013) ที่กล่าวว่า ข้อเสนอ (propositions) ของชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบขึ้นอยู่กับแนวปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อม (environmental practices) และการวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว (tourism development planning)

อย่างไรก็ตาม งานศึกษาที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพที่พยายามแสดงให้เห็นถึงผลกระทบเชิงบวกที่เกิดจากการปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยว

อย่างรับผิดชอบ กล่าวคือ การปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อเป็นทางเลือกในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ถูกนำเสนอในงานศึกษาหลายชิ้น เพื่อลดผลกระทบเชิงลบ (negative impacts) ที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยว (Brunt and Courtney, 1999; Hafiz et al., 2014) นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตยังพบว่า มีงานศึกษาจำนวนน้อยมากที่พิสูจน์ให้เห็นในเชิงประจักษ์ในลักษณะของการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจากการสืบค้นจากฐานข้อมูล Scopus พบว่า การศึกษาของ Hanafiah et al. (2016) ได้ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) ในการศึกษาการส่งผ่านอิทธิพลของผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว (tourism development: TD) ไปยังคุณภาพชีวิต (quality of life: QoL) ของคนในชุมชน โดยมีการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อเป็นตัวแปรคั่นกลาง (moderator variable) ในการส่งผ่านอิทธิพลดังกล่าว $[TD \rightarrow RTP \rightarrow QoL]$ ขณะที่ Mathew and Sreejesh (2017) พบว่า การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของคนท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิต นอกจากนี้ Methew and Sreejesh (2017) และ Font and Lynes (2018) ยังพบว่า การมีส่วนร่วมในสังคม (social engagement) เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

การตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของชุดตัวแปรดังกล่าว ซึ่งทั้งหมดเป็นตัวแปรนามธรรม (subjective variables) จำเป็นต้องพัฒนาแบบจำลองการวัด (measurement model) ตัวแปรนามธรรม (หรือที่เรียกว่า ตัวแปรแฝง (latent variables)) ด้วยเทคนิคทางสถิติที่เรียกว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) ซึ่งมีการประยุกต์ใช้ทั้งที่เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (exploratory factor analysis: EFA) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) โดยการพัฒนาชุดคำถามสำหรับวัดตัวแปรนามธรรมดังกล่าวก่อนที่จะนำไปตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity: CV) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

สำหรับมาตรวัดในข้อคำถามที่พัฒนาขึ้นมา พบว่า การศึกษาที่ผ่านมานิยมใช้มาตรวัดแบบมาตราส่วน (rating scale) ในระดับ 5 สเกล ทั้งนี้เพื่อให้ได้ตัวอย่างของข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรนามธรรมที่เกี่ยวข้อง (ส่วนหนึ่งใช้ในการนำไปออกแบบข้อคำถามสำหรับการศึกษาในครั้งนี้) ในที่นี้จึงขอเสนอตัวอย่างในการวัดตัวแปรนามธรรมบางตัวแปร เช่น การวัดการรับรู้ของคนท้องถิ่นต่อผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยวในมุมมองของคนท้องถิ่น ซึ่งการศึกษานี้ในอดีตนิยมวัดใน 3 มิติ (Allen, Long, Perdue and Kieselbach, 1988; Yoon, Gursoy and Chen, 2001; Kim, Uysal and Sirgy, 2013; Abdollahzadeh and Sharifzadeh, 2014; Hanafiah et al., 2016) ด้วยข้อคำถามที่แตกต่างกันตามตัวอย่าง ดังนี้

1) มิติทางด้านผลกระทบด้านเศรษฐกิจ (economic impacts) วัดด้วยข้อคำถามที่เป็นการสอบถามความคิดเห็น จำนวน 5 คำถาม คือ

- (1) ผลประโยชน์มากกว่าต้นทุน (benefit outweigh cost)
- (2) โอกาสในการจ้างงาน (employment opportunities)
- (3) ธุรกิจท้องถิ่น (local business)
- (4) มาตรฐานการดำรงชีวิต (standard of living)
- (5) สวัสดิการของคนในชุมชน (resident welfare)

2) มิติทางด้านผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (environment impacts) วัดด้วยข้อคำถามที่เป็นการสอบถามความคิดเห็น จำนวน 4 คำถาม คือ

- (1) การสร้างขยะ (produces waste products)
- (2) ปัญหาด้านนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อม (econological and environmental issues)
- (3) ปัญหาการทิ้ง (จัดการ) ขยะ (littering problem)
- (4) มลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม (environmental pollution)

3) มิติทางด้านผลกระทบด้านสังคม (social impacts) วัดด้วยข้อคำถามที่เป็นการสอบถามความคิดเห็น จำนวน 3 คำถาม คือ

- (1) กิจกรรมนันทนาการ (recreational activities)
- (2) ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น (pride in the local culture)
- (3) กิจกรรมด้านวัฒนธรรม (cultural activities)

ส่วนการวัดตัวแปรการปฏิบัติด้านการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (responsible tourism practice: RTP) ของคนท้องถิ่น ซึ่งจากนิยามสามารถวัดได้ใน 2 มิติ (Hafiz et al., 2014; Hanafiah et al., 2016) โดยแต่ละมิติมีข้อคำถามที่ใช้วัดผ่านการสอบถามคนท้องถิ่นถึงการปฏิบัติในเรื่องดังกล่าวด้วยข้อคำถามที่แตกต่างกันตามตัวอย่าง ดังนี้

1) มิติทางการวางแผนของจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (responsible destination planning) สามารถวัดด้วยข้อคำถาม จำนวน 4 คำถาม คือ

- (1) กลยุทธ์การพัฒนาเฉพาะด้าน (specific delevopment planning)
- (2) อัตลักษณ์ที่มุ่งเน้นในท้องถิ่น (locally-oriented identities)
- (3) การมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation)
- (4) การตระหนักของชุมชน (community awareness)

2) มิติทางการปฏิบัติด้านสิ่งแวดล้อมที่รับผิดชอบ (responsible environmental practice) สามารถวัดด้วยข้อคำถาม จำนวน 4 คำถาม คือ

- (1) โปรแกรมฟื้นฟูสภาพแวดล้อม (restoration program)
- (2) การรีไซเคิลและการนำผลิตภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ (recycling and reusing products)

(3) การอนุรักษ์ทางชีวภาพ (biological conservation)

(4) ความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ (ecological carrying capacity)

สำหรับตัวแปรคุณภาพชีวิต (quality of life) ซึ่งมีความเป็นนามธรรมสูง ส่วนใหญ่จะวัดใน 4 มิติ (Ridderstaat, Croes and Nijkamp, 2013; Hanafiah et al., 2016) ได้แก่ ความเป็นอยู่ที่ดีทางอารมณ์ (emotional well-being) ความเป็นอยู่ของชุมชน (community well-being) ความเป็นอยู่ที่ดีทางเศรษฐกิจ (economic well-being) ความเป็นอยู่ที่ปลอดภัย (safty well-being) ขณะที่ตัวแปรความพึงพอใจในชีวิต (life satisfaction) มีทั้งการวัดด้วยข้อคำถามเดียวและด้วยข้อคำถามที่มากกว่า 1 ข้อคำถาม ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และการนิยามตัวแปรความพึงพอใจในชีวิตของแต่ละการศึกษา (Kaplanidou et al., 2013; Kim, Uysal and Sirgy, 2013; Angelini, Cavapozzi, Corrazzine and Paccagnell, 2014; Nunkoo and So, 2016; อัครพงศ์ อ้นทอง, กันต์สินี กันทะวงศ์วาร และณัฐพล อนันต์ธนสาร, 2561) ■

บทที่ 3

กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมบูติก แห่งหนึ่งในจังหวัดน่าน

บทนี้เป็นการนำเสนอกรณีศึกษาการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจโรงแรมบูติกแห่งหนึ่งในจังหวัดน่าน ที่ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบที่มีประสบการณ์ในการจัดการและการดำเนินงานธุรกิจโรงแรมบูติกตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ รวมถึงการจัดการและการดำเนินงานภายใต้มาตรฐานโรงแรมสีเขียว (green hotel) โดยแบ่งเนื้อหาการนำเสนอออกเป็น 5 หัวข้อ เริ่มจากการนำเสนอถึงสถานการณ์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของธุรกิจโรงแรมที่เป็นกรณีศึกษาก่อนนำเสนอถึงการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจโรงแรมที่เป็นกรณีศึกษา หลังจากนั้นจะเป็นการนำเสนอถึงผลของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ โดยข้อมูลที่นำเสนอในสามส่วนแรกเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ผู้ประกอบการเป็นหลัก สำหรับส่วนที่สี่เป็นการนำข้อมูลจากสามส่วนแรกมาวิเคราะห์เพื่อประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น การประหยัดพลังงาน การใช้น้ำอย่างประหยัดหรือมีประสิทธิภาพ การจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยนำเสนอผลการประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนออกมาในรูปแบบที่เป็นตัวเงิน (monetary term) ส่วนสุดท้ายเป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจที่ซึ่งเป็นมุมมองจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางนโยบายและ/แนวทางในการจัดการและการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

3.1 สถานการณ์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

โรงแรมที่เป็นกรณีตัวอย่างในการศึกษานี้เป็นโรงแรมมาตรฐานระดับสามดาวขนาดเล็กที่จัดอยู่ในโรงแรมประเภทบูติก เปิดดำเนินการเมื่อ พ.ศ. 2551 (เปิดมาแล้ว 13 ปี) และถือเป็นโรงแรมประเภทบูติกแห่งแรกในจังหวัดน่าน ตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมืองน่าน ใกล้สนามบิน และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญภายในตัวเมืองน่านอย่างเช่น ถนนคนเดิน วัดภูมินทร์ พิพิธภัณฑ์วัดช้างล้อม ฯลฯ ทั้งนี้โรงแรมเคยได้รับรางวัล Thailand Tourism Awards (รางวัลกินรี) ประจำปี 2558 (ครั้งที่ 10) รางวัลดีเด่นประเภทที่พักนักท่องเที่ยวที่เป็นโรงแรมตากอากาศ (resort hotel) นอกจากนี้ โรงแรมยังผ่านการรับรองมาตรฐานโรงแรมสีเขียวระดับทอง (Green Hotel Class Gold) ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม รวมถึงมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Standard) ของกรมการท่องเที่ยว ประจำปี 2558 อีกด้วย ปัจจุบันโรงแรมมีห้องพักให้บริการทั้งหมด 32 ห้อง (ขนาด 35 ตารางเมตร 28 ห้อง ขนาด 50 ตารางเมตร 4 ห้อง) ในช่วงปีแรกๆ ที่เปิดดำเนินการกิจการมีการกำหนดราคาห้องพักไว้ที่ 900 บาท/ห้อง/คืน ซึ่งถือว่าเป็นราคาที่ค่อนข้างสูง เนื่องจาก ในขณะนั้นโรงแรมส่วนใหญ่ในจังหวัดน่านมีระดับราคาห้องพักอยู่ที่ 200-300 บาท/ห้อง/คืน ส่วนโรงแรมขนาดใหญ่ในตัวเมืองน่านในขณะนั้น มีระดับราคาห้องพักอยู่ที่ 600 บาท/ห้อง/คืน อย่างไรก็ตาม โรงแรมแห่งนี้ใช้ระยะเวลาคืนทุนทั้งหมดเพียง 3-4 ปี เนื่องจากในขณะนั้นจังหวัดน่านยังมีโรงแรมจำนวนน้อย จึงทำให้มีคู่แข่งไม่มาก อีกทั้งด้วยมาตรฐานด้านการบริการ ทำให้ลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมแห่งนี้รู้สึกว่าร่าราคาห้องพักที่จ่ายมีความคุ้มค่ากับบริการที่ได้รับ ปัจจุบันโรงแรมแบ่งห้องพักออกเป็น 3 ประเภท โดยมีระดับราคาที่แตกต่างกันตามช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว ดังนี้ (อ้างอิงจาก website ของโรงแรม)

1) Standard (The Boutique) จำนวน 24 ห้อง มีทั้ง twin bedded room (23 ห้อง) และ double bedded room ที่เป็น king size (1 ห้อง) ซึ่งมีระดับราคาที่แตกต่างกันดังนี้

- ช่วงฤดูท่องเที่ยว (1 พฤศจิกายน-28 กุมภาพันธ์) ราคา 1,800 บาท/ห้อง/คืน
- ช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (1 มีนาคม-31 ตุลาคม) ราคา 1,400 บาท/ห้อง/คืน

2) Superior (Zen Superior) มีจำนวน 4 ห้อง พร้อมระเบียงส่วนตัวบนชั้นที่ 2 บรรยายกาศภายในห้องพักตกแต่งแบบธัมมอโรม่าธรรมชาติที่แฝงด้วยความเป็น ZEN มีทั้ง twin bedded room และ double bedded room ที่เป็น king size ซึ่งมีระดับราคาที่แตกต่างกันดังนี้

- ช่วงฤดูท่องเที่ยว (1 พฤศจิกายน-28 กุมภาพันธ์) ราคา 2,400 บาท/ห้อง/คืน
- ช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (1 มีนาคม-31 ตุลาคม) ราคา 2,000 บาท/ห้อง/คืน

3) Deluxe (Taze Deluxe) มีจำนวน 4 ห้อง เป็นห้องพักขนาดใหญ่พิเศษ แบบ double bedded room ที่เป็น king size ซึ่งมีระดับราคาที่แตกต่างกันดังนี้

- ช่วงฤดูท่องเที่ยว (1 พฤศจิกายน-28 กุมภาพันธ์) ราคา 3,200 บาท/ห้อง/คืน
- ช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว (1 มีนาคม-31 ตุลาคม) ราคา 2,800 บาท/ห้อง/คืน

ห้องพักที่ให้บริการทุกประเภทมีการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ เช่น ครีมอาบน้ำ แชมพู สบู่ ครีมทาผิว ที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติและสมุนไพรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงมีการใช้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการตกแต่งห้องพัก และยังมีกิจกรรม workshop สำหรับประดิษฐ์งานหัตถกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น สบู่ซักผ้าที่ทำจากน้ำมันที่ใช้แล้ว เทียนสมุนไพรสำหรับไล่งูที่ทำมาจากต้นตะไคร้ bee wrap (ผ้าเทียนไขสำหรับใช้ห่ออาหาร) ฯลฯ นอกจากการให้บริการห้องพักแล้ว โรงแรมแห่งนี้ยังมีการจำหน่ายของที่ระลึกที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนให้กับผู้เข้าพักและผู้สนใจ (โรงแรมมีรายรับหลักจากค่าห้องพักและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน) นอกจากนี้ ในช่วงเทศกาลปีใหม่ของทุกปี โรงแรมจะมีการจัดบูธ DIY (do it yourself) ให้กับเด็ก ๆ มานั่งทำกิจกรรมต่าง ๆ ฟรี ซึ่งเป็นกิจกรรมเสริมที่ไม่สร้างรายได้ เนื่องจากน่านเป็นเมืองที่สามารถเที่ยวชมได้เพียงครึ่งวัน จึงต้องมีกิจกรรมเสริมเพื่อให้เด็ก ๆ ได้มีกิจกรรมทำ

จากการเข้ามาส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่านของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำให้หลังจากโรงแรมแห่งนี้เปิดดำเนินการได้ 4 ปี (ประมาณ พ.ศ. 2554) จังหวัดน่านก็มีที่พักแรมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในรูปแบบของโรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ (home stay) ปัจจุบัน (พ.ศ. 2563) จังหวัดน่านมีจำนวนที่พักแรมประมาณ 800 แห่ง เป็นโรงแรมที่ถูกต้องตามกฎหมายประมาณ 220 แห่ง เป็นที่พักในลักษณะโฮมสเตย์ประมาณ 200 กว่าแห่ง (ที่เหลือไม่ได้มีการจดทะเบียนและดำเนินการให้ถูกต้องตามกฎหมาย) โดยที่พักรวมของจังหวัดน่านส่วนใหญ่จะมีจำนวนห้องพักเฉลี่ยประมาณ 20-30 ห้อง ด้วยจำนวนสถานที่พักรวมที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้สถานการณ์ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา (ก่อน พ.ศ. 2562) โรงแรมแห่งนี้ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้ โรงแรมยังเผชิญกับการที่ผู้เข้าพักมีจำนวนวันพักเฉลี่ยน้อยลง เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งเป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักของจังหวัดน่านมีการเปลี่ยนแปลงแบบแผนการท่องเที่ยวภายในจังหวัด¹ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยพักในตัวเมืองน่านได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปพักรวมต่างอำเภอมากขึ้น จากเหตุผลที่ว่า 1) จุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมของผู้มาเยือนซึ่งส่วนใหญ่อยู่นอกตัวเมือง เช่น อำเภอปัว อำเภอบ่อเกลือ เป็นต้น มีจำนวนสถานที่พักรวมที่ได้มาตรฐานและมีความสะดวกสบายเพิ่มขึ้น และ 2) กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในตัวเมืองส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การเยี่ยมชมวัด พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น มีข้อจำกัดในเรื่องของการเยี่ยมชมซ้ำ ประกอบกับในตัวเมืองน่านขาดสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติและอื่นๆ ที่หลากหลาย โดยสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและเป็นจุดหมายปลายทางที่นิยมเกือบทั้งหมดอยู่นอกตัวเมืองน่าน ต้องใช้ระยะเวลาเดินทางไปกลับไม่น้อยกว่า 3 ชั่วโมง ทำให้ผู้มาเยือนตัดสินใจพักค้างแรม ณ จุดหมายปลายทางแทนการ

¹ เป็นผลมาจากการเข้ามาส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่านอย่างจริงจังของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพน.) ซึ่งนอกจากจะทำให้เกิดตลาดการท่องเที่ยวภายในช่วงฤดูฝน (green season) แล้ว ยังส่งผลทำให้แบบแผนการท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่านมีการเปลี่ยนแปลง

กลับมาพักค้างแรมในตัวเมือง โดยเส้นทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดน่านที่สำคัญแบ่งออกเป็น 3 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางสายเหนือ ได้แก่ อำเภอปัว และอำเภอบ่อเกลือ สายใต้ ได้แก่ อำเภอเวียงสา อำเภอนาน้อย (ดอยเสมอดาว) อำเภอนาหมื่น ส่วนสายตอนกลาง ได้แก่ อำเภอเมือง และอำเภอภูเพียง

ตลาดผู้เข้าพักในจังหวัดน่านยังคงเป็นตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นสำคัญ (พ.ศ. 2562 นักท่องเที่ยวชาวไทยมีสัดส่วนจำนวนและรายรับเท่ากับร้อยละ 99 และ 96 ตามลำดับ) ซึ่งมักใช้จ่ายสำหรับค่าที่พักในระดับราคา 500-800 บาท/ห้อง/คืน² ขณะที่โรงแรมแห่งนี้ขายห้องพักในระดับราคา 1,000 บาท/ห้อง/คืน ขึ้นไป ดังนั้นเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ในจังหวัด จึงถือได้ว่าเป็นระดับราคาที่สูง ลูกค้าของโรงแรมจึงเป็นกลุ่มหน่วยงานราชการ องค์กร และกลุ่มลูกค้าคุณภาพที่ต้องการที่พักที่ดี จึงยินดีจ่ายค่าที่พักในระดับที่สูงกว่า 1,000 บาท/ห้อง/คืน (โรงแรมจึงไม่ค่อยให้บริการลูกค้ากลุ่มสะพายเป้ (backpacker)) ซึ่งเดิมลูกค้าของโรงแรมแห่งนี้ที่มาเป็นกลุ่มคณะ (group tour) มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 70-80 ปัจจุบันลดลงเหลือประมาณร้อยละ 50 และอีกร้อยละ 50 เป็นลูกค้ากลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง/นักท่องเที่ยวอิสระ (free independent travelers: FIT) และในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ลูกค้าประมาณร้อยละ 20 เป็นกลุ่มที่กลับมาใช้บริการซ้ำ ในขณะที่กลุ่มลูกค้าที่ได้รับคำแนะนำจากผู้ที่เคยมาใช้บริการมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 10 อย่างไรก็ตาม ลูกค้าส่วนใหญ่ยังเป็นกลุ่มข้าราชการ (มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 50) สำหรับสัดส่วนตลาดที่เป็น online travel agency (OTA) มีประมาณร้อยละ 20 (เป็นการจองผ่าน website Agoda และ Booking.com) ส่วนลูกค้าประเภทหน่วยงาน/องค์กร มีประมาณร้อยละ 30 และลูกค้ากลุ่ม walk in มีประมาณร้อยละ 20

สำหรับปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการโรงแรมแห่งนี้ ได้แก่ ความสะอาด และการต้อนรับของพนักงาน ทั้งนี้ โครงสร้างลูกค้าในช่วงฤดูท่องเที่ยว (high season) และนอกฤดูท่องเที่ยว (low season) มีโครงสร้างใกล้เคียงกัน โดยลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะที่ต้องการบริการที่ดี อย่างเช่น กลุ่มนักท่องเที่ยว big bike ที่ให้ความสำคัญกับที่จอดรถ ห้องพักที่สะอาดสบาย และมีบริการที่ดี ซึ่งที่ผ่านมาโรงแรมอาศัยฐานลูกค้าเดิมที่เป็นการบอกต่อ และตลาดกลุ่มองค์กรที่เป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ นอกจากนี้ ปัจจุบันยังพบว่าลูกค้าเริ่มใส่ใจเรื่องสุขอนามัยมากขึ้น ให้ความสำคัญกับมาตรฐานสุขอนามัย และจากสถานการณ์โควิด-19 โรงแรมยังได้รับการติดต่อจากลูกค้ากลุ่มเดิมที่เคยมาใช้บริการโรงแรมที่รอเวลาที่จะกลับมาใช้บริการหากสถานการณ์ดีขึ้น

ปัจจุบันลูกค้าของโรงแรมประมาณร้อยละ 60 เป็นการพักค้างแรมเพียงคืนเดียว ในขณะที่เดิมผู้เข้าพักส่วนใหญ่จะพักค้างแรมมากกว่า 1 คืน³ เนื่องจากโรงแรมรอบ ๆ เมืองน่านไม่มี

² จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า พ.ศ. 2562 นักท่องเที่ยวใช้จ่ายค่าที่พักประมาณ 400 บาท/คน/วัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยใช้จ่ายค่าที่พักประมาณ 400 บาท/คน/วัน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้จ่ายค่าที่พักประมาณ 510 บาท/คน/วัน

³ จากข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า พ.ศ. 2562 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีจำนวนวันพักเฉลี่ยประมาณ 2 คืน

แต่ตามที่ได้นำเสนอมาแล้วว่า ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา อำเภอรอบนอกตัวเมืองน่านมีสถานที่พักแรมเกิดขึ้นมากมาย และผู้มาเยือนน่านได้เปลี่ยนไปท่องเที่ยวนอกเมืองมากขึ้น ทำให้มีการเข้าพักโรงแรมในตัวเมืองน้อยลง ประกอบกับช่วงเวลาของเที่ยวบิน ที่เข้ามาถึงน่านในช่วงเช้า และขาออกในช่วงเย็น ทำให้เมื่อเดินทางมาถึงน่าน ผู้มาเยือนมักออกไปท่องเที่ยวและพักค้างแรมนอกเมือง จากนั้นจึงกลับมาท่องเที่ยวในตัวเมืองน่านในวันสุดท้ายก่อนเดินทางกลับ อย่างไรก็ตาม โดยส่วนใหญ่ในแต่ละทริป ผู้มาเยือนมักพักในตัวเมืองน่านอย่างน้อย 1 คืน

ที่ผ่านมาโรงแรมแห่งนี้ได้รับอานิสงส์จากการบอกต่อและการรีวิวของผู้เข้าพัก และยังมีความได้เปรียบในเชิงของตำแหน่งที่ตั้งที่อยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในตัวเมืองน่าน เช่น ถนนคนเดิน วัดภูมินทร์ พิพิธภัณฑ์ วัดช้างล้อม ฯลฯ ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ด้วยมาตรฐานโรงแรมสีเขียว (green hotel) ทำให้โรงแรมสามารถดึงดูดตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะลูกค้ายุโรปที่สนใจและให้ความสำคัญกับ green hotel ขณะที่ตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ได้ให้ความสำคัญในประเด็นของ green hotel มากนัก กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับเรื่อง green hotel ยังคงมีอยู่จำนวนน้อย (เป็นตลาดเฉพาะ) อย่างไรก็ตาม ผู้เข้าพักของโรงแรมแห่งนี้กว่าร้อยละ 70 เริ่มเข้าใจในประเด็นเรื่องสิ่งแวดล้อม และสนใจการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อมากขึ้นแต่ผลตอบรับยังไม่ดีพอ ทั้งนี้ มีผู้เข้าพักประมาณร้อยละ 50 เท่านั้นที่ปฏิบัติตามแนวทางของโรงแรมในการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจาก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเยือนจังหวัดน่านยังคงให้ความสำคัญกับเรื่องราคา การรีวิว และจุดถ่ายรูปในการพิจารณาเลือกสถานที่พักแรม

พ.ศ. 2562 โรงแรมมีรายรับจากการให้บริการที่พักแรมเฉลี่ยประมาณเดือนละ 1 ล้านบาท แต่ถ้าเป็นช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม จะมีรายได้สูงถึงประมาณเดือนละ 2 ล้านบาท โดยรายรับประมาณร้อยละ 70 จะตกอยู่ในช่วง 6 เดือนที่เป็นฤดูท่องเที่ยว (สิงหาคม-มกราคม) ทั้งนี้โรงแรมมีอัตราการเข้าพัก (occupancy rate: OR) เฉลี่ยทั้งปีประมาณร้อยละ 55 แต่ถ้าเป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวจะมีอัตราการเข้าพักเพียงร้อยละ 20 เท่านั้น สำหรับราคาขายห้องพักทั้ง 32 ห้องนั้น หากเป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว ห้อง Standard จำนวน 24 ห้องจะขายในราคาห้องละประมาณ 1,200 บาท/คืน ถ้าเป็นห้อง Superior ที่มี 4 ห้อง จะขายในราคาห้องละประมาณ 1,800 บาท/คืน ส่วนห้อง Deluxe ที่มี 4 ห้อง จะขายในระดับราคาประมาณ 2,200 บาท/คืน หากเป็นช่วงเดือนพฤศจิกายนจะบวกราคาเพิ่มห้องละ 400 บาท/คืน แต่ถ้าเป็นช่วงวันที่ 25 ธันวาคม-วันที่ 5 มกราคม จะบวกราคาเพิ่มถึง 800 บาท/ห้อง/คืน โดยรายรับที่ได้มาจาก กลุ่มลูกค้าเดิมประมาณร้อยละ 20 จากกลุ่มลูกค้าที่ได้รับการบอกต่อประมาณร้อยละ 10 ส่วนกลุ่มลูกค้าจากบริษัททัวร์ทั่วไปมีประมาณร้อยละ 50⁴ ส่วนอีกร้อยละ 20 เป็นกลุ่มลูกค้าที่จองผ่าน online travel agency (OTA)

⁴ บริษัททัวร์ที่ติดต่อมายังโรงแรม (มีสัดส่วนรายรับประมาณร้อยละ 50) หากเป็นบริษัททัวร์ไทยจะไม่สนใจเรื่องของ green hotel ส่วนใหญ่สนใจในเรื่องของราคาและ location มากกว่าในเรื่องของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แต่เป็นบริษัททัวร์ต่างประเทศจะสนใจในเรื่องของ green hotel มากกว่า แต่ก็ยังมีจำนวนน้อย (โรงแรมมีสัดส่วนลูกค้าชาวต่างชาติเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น)

นอกจากรายรับจากค่าห้องพักแล้ว โรงแรมยังมีรายรับจากการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน ภายใต้แบรนด์ของโรงแรมประมาณเดือนละ 20,000 บาท โดยได้รับกำไรคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 2 ใน 3 ของรายรับ ทั้งนี้ โรงแรมได้กำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดให้มีระดับราคาเท่ากัน แม้ว่าต้นทุนจะแตกต่างกัน โดยใช้วิธีเฉลี่ยราคาจำหน่ายเพื่อความสะดวกในการจัดจำหน่าย

สำหรับต้นทุนในการให้บริการของโรงแรม เป็นต้นทุนค่าดำเนินการ (operating cost) ประมาณร้อยละ 50-60 ของรายรับ⁵ ส่วนรายจ่ายภาษีคิดเป็นประมาณร้อยละ 15 ของรายรับ จากค่าห้องพัก เช่น ภาษีที่จ่ายให้กับสรรพากร⁶ ภาษีโรงแรมของ อบจ. (ร้อยละ 2) ภาษีโรงเรือน ภาษีป้าย ค่าธรรมเนียมการต่อใบอนุญาต เป็นต้น นอกจากนี้ ในทุกๆ 5 ปี โรงแรมต้องมีการปรับปรุง (renovate) เช่น การขัดทำความสะอาดหลังคา เนื่องจากโรงแรมใช้หลังคาเซรามิคที่มี ต้นทุนสูงกว่าหลังคากระเบื้องประมาณ 5 เท่า (แต่มีความสวยงามมากกว่า) และทุกๆ 5 ปี จะต้องขัดทำความสะอาดตะไคร่น้ำออก โดยมีต้นทุนค่าทำความสะอาดประมาณ 1 หมื่นบาท/ครั้ง

3.2 การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

โรงแรมแห่งนี้มีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อมาตรฐานโรงแรมสีเขียว (green hotel) โดยผู้ประกอบการรายนี้มีแนวคิดที่ว่า โรงแรมต้องมีการบริหารจัดการอย่างมีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับภายใต้มาตรฐานใดมาตรฐานหนึ่ง เช่น มาตรฐานโรงแรม มาตรฐานโรงแรมสีเขียว เป็นต้น ขณะเดียวกันก็ต้องรับผิดชอบต่อสิ่งที่บริหารจัดการ โรงแรมให้ดำเนินงานได้ยืนยาวเพื่อให้พนักงานมีงานทำ (รับผิดชอบต่อพนักงานที่ทำงานกับ โรงแรมโดยพยายามให้พนักงานยังคงมีงานทำได้นานที่สุด) รวมถึงการรับผิดชอบต่อสังคมรอบข้าง (ชุมชนและครัวเรือน) ส่วนความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมจะเป็นประเด็นสุดท้ายที่จะดำเนินการ หรือคำนึงถึง

⁵ พ.ศ. 2562 โรงแรมมีต้นทุนค่าดำเนินงานประมาณ 4-5 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อรายรับประมาณร้อยละ 50-60 โดยโรงแรมจ่ายค่าแรงงานตามค่าแรงขั้นต่ำ (315 บาท/วัน) และมีวันหยุดให้ 4 วัน มีค่าไฟฟ้าประมาณเดือนละ 15,000 บาท ค่าน้ำประมาณเดือนละ 5,000 บาท (น้ำที่ใช้ในโรงแรมเป็นน้ำประปา ส่วนน้ำที่ใช้รดน้ำต้นไม้เป็นน้ำบาดาล) ค่าขยะประมาณ 250 บาท/เดือน ค่าล้างและเติมน้ำยา เครื่องปรับอากาศประมาณห้องละ 500-700 บาท/เครื่อง ถ้าเป็นห้องที่ใช้เครื่องปรับอากาศขนาดใหญ่ (มีเพียง 4 ห้อง) จะเสียค่าใช้จ่าย 1,200 บาท/เครื่อง

⁶ เป็นส่วนต่างระหว่างภาษีซื้อกับภาษีขายในลักษณะของเครดิตภาษี ซึ่งมีรอบการตรวจทุก 3 ปี โดยผู้ประกอบการต้องจ่ายภาษีหากภาษีขาย มากกว่าภาษีซื้อ ทั้งนี้ พ.ศ. 2562 โรงแรมถูกสรรพากรเรียกเก็บภาษีดังกล่าว ซึ่งแสดงว่า โรงแรมมีภาษีขายมากกว่าภาษีซื้อ

หนึ่งในการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของโรงแรม คือ การเข้าร่วมโครงการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (หรือรู้จักกันในนามโรงแรมสีเขียว /Green hotel) เมื่อประมาณ พ.ศ. 2558⁷ ในขณะนั้น กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมได้ร่วมกับเทศบาลเมืองน่านเข้ามาส่งเสริมและเป็นผู้ประเมินมาตรฐานโรงแรมสีเขียว (green hotel) ซึ่งโรงแรมแห่งนี้ได้ผ่านการประเมินมาตรฐานโรงแรมสีเขียวระดับทอง พ.ศ. 2558 โดยในจังหวัดน่านมีโรงแรมเพียง 3 แห่งเท่านั้น ที่ได้รับมาตรฐานโรงแรมสีเขียว (มาตรฐานโรงแรมสีเขียวมีอายุ 2 ปี หมายความว่า ต้องมีการประเมินมาตรฐานและต่ออายุทุก ๆ สองปี) ต่อมาองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ได้ร่วมกับกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อมเข้ามาอบรมให้ความรู้ในการดำเนินการตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียว ซึ่งต้องมีการบันทึกข้อมูลที่ชัดเจน (มี check list ที่ชัดเจน) หลังจากนั้นด้วยการได้รับมาตรฐานโรงแรมสีเขียวต่อมาโรงแรมแห่งนี้จึงสมัครรางวัลกินรี และมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยของกรมการท่องเที่ยวที่จะเน้นที่โครงสร้างมากกว่าการจัดการและการดำเนินงาน แต่ยังคงมีหลักเกณฑ์ที่สอดคล้องกับมาตรฐานโรงแรมสีเขียว

ดังนั้น อาจจะกล่าวได้ว่าเป้าหมายหลักของโรงแรมที่เข้าร่วมโครงการโรงแรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (green hotel) เนื่องจากต้องการให้โรงแรมมีมาตรฐานที่อ้างอิงได้ (ซึ่งต้องประเมินทุก 2 ปี) ทำให้สามารถตลาดได้กว้างมากกว่าเมื่อเทียบกับกรณีที่ไม่มีมาตรฐานที่ชัดเจน และเป็นการสร้างมาตรฐานการจัดการและดำเนินงานให้กับตนเอง ช่วยให้โรงแรมสามารถบริหารจัดการได้ดีขึ้น นอกจากนี้ โรงแรมยังมีผลพลอยได้จากการเข้าร่วมโครงการ green hotel เนื่องจาก การดำเนินการตามมาตรฐานดังกล่าว สามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานของโรงแรมได้ประมาณร้อยละ 5-10 อย่างไรก็ตาม สำหรับโรงแรมบางแห่งที่ไม่สนใจร่วมโครงการ green hotel อาจเป็นเพราะว่า มาตรฐานโรงแรมสีเขียวมีรายละเอียดที่ต้องดำเนินการค่อนข้างมาก มีขั้นตอนการดำเนินงานหลายขั้นตอน เช่น ต้องบันทึกจำนวนลูกค้าที่เข้าพักย้อนหลัง 3 ปี เป็นต้น ซึ่งโรงแรมขนาดเล็กส่วนใหญ่ไม่มีบุคลากรที่เข้ามาทำหน้าที่ตรงส่วนนี้ ในขณะที่พนักงานของบางโรงแรมก็มีความรู้ที่จำกัด รวมถึงการมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการปรับเปลี่ยนการจัดการและการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียว เช่น การประหยัดพลังงานด้วยการเปลี่ยนหลอดไฟเป็นหลอดแบบ LED เป็นต้น

จากการดำเนินงานตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียวและการให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่รอบข้างโรงแรมมากกว่า 6 ปี โรงแรมแห่งนี้จึงมีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่สำคัญพอสรุปได้ดังนี้ (ดูรายละเอียดข้อสรุปในตารางที่ 3.1)

⁷ ภาครัฐที่เข้ามาส่งเสริมให้ข้อมูลกับผู้บริหารโรงแรมว่า โรงแรมที่ได้รับมาตรฐานโรงแรมสีเขียวจะมีโอกาสถูกเลือกใช้บริการจากหน่วยงานของภาครัฐมากขึ้น (หรือ ก็เข้าใจกันว่าเป็นตะครีเขียวของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งเป็นหนึ่งในการสนับสนุนจากภาครัฐ) แต่เนื่องด้วยระดับราคาห้องพักของโรงแรมแห่งนี้ที่สูงกว่าราคาที่หน่วยงานของรัฐสามารถจ่ายได้ (ราคากลางของหน่วยงานราชการ) จึงทำให้หน่วยงานของรัฐโดยส่วนใหญ่ไม่สามารถมาใช้บริการได้

1) การจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ

เดิมโรงแรมมีการใช้หลอดไฟที่ไม่ได้คำนึงถึงจำนวนวัตต์ที่เหมาะสม จนกระทั่ง พ.ศ. 2554 (หลังจากเปิดโรงแรมได้ 3 ปี) จึงเริ่มเปลี่ยนหลอดไฟจากหลอดปกติมาเป็นหลอด LED (มีอายุการใช้งานนานกว่าหลอดไฟทั่วไป⁸ เนื่องจากมีกำลังวัตต์น้อยกว่าแต่ให้แสงสว่างเท่าเดิม⁹) หลังจากนั้นก็ทยอยเปลี่ยนมาเรื่อยๆ เมื่อหลอดไฟเสีย โดยใน พ.ศ. 2562 โรงแรมมีต้นทุนการเปลี่ยนหลอดไฟประมาณ 3,500 บาท และปัจจุบันหลอดไฟในโรงแรมทั้งหมดเป็นหลอด LED (โรงแรมมีต้นทุนสะสมในการเปลี่ยนหลอดไฟเป็นหลอด LED ทั้งหมดประมาณ 20,000 บาท) สำหรับเครื่องใช้ไฟฟ้าทั้งหมดภายในโรงแรม เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น เป็นต้น เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ห้า ขณะที่ระบบไฟที่ให้แสงสว่างในพื้นที่สาธารณะของโรงแรมได้มีการติดตั้งระบบอัตโนมัติในการปิด-เปิดไฟเพื่อประหยัดพลังงานไฟฟ้า ส่วนไฟฟ้าที่ให้แสงสว่างในที่สาธารณะ เช่น บริเวณสวนและลานจอดรถ โรงแรมได้เปลี่ยนมาใช้เสาไฟระบบไฟฟ้าโซล่าเซลล์ (solar cell) ขนาดเล็กแทน (พ.ศ. 2562 มีต้นทุนในการเปลี่ยนมาใช้เสาไฟระบบไฟฟ้าโซล่าเซลล์บริเวณลานจอดรถประมาณ 25,000 บาท) ทั้งนี้ โรงแรมมีการประเมินในเบื้องต้นแล้วพบว่า หากโรงแรมลงทุนใช้แผงโซล่าเซลล์ขนาดใหญ่เพื่อผลิตไฟฟ้าใช้ภายในโรงแรม จะเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับต้นทุนของการใช้ไฟฟ้าตามปกติบวกกับการใช้หลอดประหยัดไฟที่เป็นหลอด LED

นอกจากเรื่องของหลอดไฟและเครื่องใช้ไฟฟ้าแล้ว โรงแรมแห่งนี้ยังมีการปลูกต้นไม้ใหญ่ในบริเวณโดยรอบ รวมทั้งการออกแบบโครงสร้างที่ช่วยในการป้องกันและสามารถช่วยลดความร้อนในพื้นที่โล่งของโรงแรมได้ ทำให้โรงแรมไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องปรับอากาศในพื้นที่ส่วนกลาง สำหรับเครื่องปรับอากาศในแต่ละห้องพัก โรงแรมมีการดูแลบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการล้างและเติมน้ำยาเครื่องปรับอากาศทุกๆ 6 เดือน ซึ่งจะช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าได้ระดับหนึ่ง ทั้งนี้ต้นทุนในการล้างและเติมน้ำยาเครื่องปรับอากาศอยู่ที่ห้องละ 500-700 บาท/ครั้ง (สำหรับห้องขนาด 35 ตารางเมตร ที่ใช้เครื่องปรับอากาศขนาด 18,000 BTU ซึ่งมี 28 ห้อง) แต่ถ้าเป็นห้องขนาด 50 ตารางเมตร ที่มี 4 ห้อง และใช้เครื่องปรับอากาศขนาด 24,000 BTU จะเสียค่าใช้จ่ายประมาณห้องละ 1,200 บาท/ครั้ง

2) การจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการลดการใช้น้ำ และ/หรือมีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ

ปกติน้ำใช้ในโรงแรมแห่งนี้เป็นน้ำประปา ส่วนน้ำที่ใช้ในการรดน้ำต้นไม้และสนามหญ้าเป็นน้ำบาดาล นอกจากนี้ยังมีการวางระบบบำบัดน้ำเสียมาตั้งแต่เริ่มสร้างโรงแรม

⁸ จากข้อมูลของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยได้เปรียบเทียบให้เห็นว่า หลอด LED มีอายุการใช้งาน 15,000-50,000 ชั่วโมง ส่วนหลอดไส้มีอายุการใช้งาน 1,000 ชั่วโมง สำหรับหลอดฟลูออเรสเซนต์ (หลอดผอม) มีอายุการใช้งาน 8,000-20,000 ชั่วโมง ส่วนหลอดคอมแพคฟลูออเรสเซนต์มีอายุการใช้งาน 6,000-10,000 ชั่วโมง (<https://www.egat.co.th>, สืบค้นวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564)

⁹ จากข้อมูลของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พบว่า หลอด LED มีอายุการใช้งาน 15,000 ชั่วโมง สว่างเท่ากับหลอดไส้ 40 วัตต์ แต่กินไฟ 5 วัตต์ ทำให้ประหยัดไฟได้ร้อยละ 85 (<https://www.egat.co.th>, สืบค้นวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564)

(พ.ศ. 2551) โดยแต่ละอาคารมีที่บำบัดน้ำเสียที่เป็นระบบเติมอากาศ (ทั้งโรงแรมมีทั้งหมด 4 จุด) สำหรับการจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการลดการใช้น้ำ (หรือการประหยัดน้ำ) ของโรงแรมที่สำคัญ ได้แก่ การเปลี่ยนก๊อกน้ำมาเป็นแบบประหยัดน้ำทั้งหมด (เป็นก๊อกน้ำที่เป็นหัวฟู่ที่ทำให้เกิดฟองและประหยัดน้ำ¹⁰) รวมทั้งยังมีการจัดทำป้ายรณรงค์การประหยัดน้ำไว้ในห้องพัก เพื่อกระตุ้นให้ผู้เข้าพักร่วมกันใช้น้ำอย่างประหยัด

สำหรับการทำความสะอาดผ้าเช็ดตัวและชุดเครื่องนอน โรงแรมแห่งนี้มีการดำเนินการซักและอบด้วยตนเอง (เพื่อความสะอาด) จึงให้ความสำคัญอย่างมากกับการประหยัดน้ำที่ใช้ในการซักผ้า ดังนั้น โรงแรมจึงมีป้ายขอความร่วมมือให้ผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ (ผู้เข้าพักร้อยละ 40 ของผู้เข้าพักทั้งหมด มีการพักตั้งแต่ 2 คืนขึ้นไป และประมาณร้อยละ 80 ของผู้เข้าพัก ตั้งแต่ 2 คืนขึ้นไป จะใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ แต่ถ้าเป็นคืนที่ 3 โรงแรมจะเปลี่ยนผ้าเช็ดตัวให้ทุกครั้ง) ซึ่งสามารถช่วยลดต้นทุนของการใช้น้ำในการซักได้ประมาณร้อยละ 10

นอกจากการประหยัดน้ำแล้ว โรงแรมยังมีการจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้มีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยพยายามให้มีการนำน้ำกลับมาใช้ซ้ำ อย่างเช่น ในกรณีของน้ำที่ใช้ล้างแก้วก็มีการต่อท่อเพื่อนำน้ำดังกล่าวไปใช้รดต้นไม้ สำหรับการรดน้ำต้นไม้จะทำในช่วงเช้ามืดกับเย็นเท่านั้น โดยจะไม่มีการรดน้ำต้นไม้ในตอนกลางวัน ขณะที่การให้น้ำในสนามหญ้าใช้ระบบสปริงเกอร์

สำหรับการใช้ระบบน้ำหยดในการให้น้ำกับต้นไม้ แม้ว่าระบบน้ำหยดจะช่วยในการประหยัดและทำให้มีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ แต่ระบบดังกล่าวมักเกิดปัญหาตามมาในภายหลัง ซึ่งที่ผ่านมาโรงแรมเคยมีการใช้ระบบน้ำหยด รวมทั้งวางสายไฟและท่อน้ำประปาลงใต้ดิน แต่เมื่อเวลาผ่านไป (ปัจจุบันโรงแรมเปิดบริการมาแล้วกว่า 13 ปี) ทั้งระบบน้ำหยด และท่อน้ำประปาใต้ดินเกิดการรั่วและแตก เนื่องมาจากรากของต้นไม้ เหตุการณ์ดังกล่าวทำให้โรงแรมต้องเสียค่าน้ำประปาสูงถึงประมาณเดือนละหมื่นกว่าบาทจากปกติที่เสียค่าใช้จ่ายประมาณเดือนละ 4-8 พันบาท ดังนั้นโรงแรมจึงตัดสินใจเปลี่ยนมาวางระบบท่อทุกอย่างบนดินเพื่อให้สามารถดูแลได้สะดวกและง่ายขึ้น และสามารถสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนเมื่อมีการรั่วซึมของน้ำ

3) การจัดการและการดำเนินงานกับขยะที่ทิ้งแล้ว การลดของเสีย สิ่งปฏิกูล และลดการบริโภคที่ไม่จำเป็น

การจัดการและการดำเนินงานในเรื่องนี้ โรงแรมมุ่งเน้นการลดการใช้พลาสติกเป็นสิ่งสำคัญ อย่างเช่น การใช้ขวดน้ำดื่มที่เป็นขวดแก้วแทนขวดพลาสติก¹¹ การลดการใช้ถุงพลาสติกภายในโรงแรม เป็นต้น รวมถึงการรณรงค์ให้ลดการใช้/ไม่ใช้ถุงพลาสติกในโรงแรม โดยโรงแรม

¹⁰ ปัจจุบันได้ชำรุดหมดแล้ว เนื่องจากผู้เข้าพักได้เขี่ยตัวหัวฟู่ออกจากก๊อกน้ำ เพราะคิดว่าเป็นสิ่งอุดตันที่ทำให้น้ำไหลไม่แรง

¹¹ ข้อนุลายส่งน้ำสิงห์ขวดแก้ว 1 ลิ้ง มี 24 ขวด ราคา 75 บาท เฉลี่ยขวดละ 3.1 บาท ส่วนขวดพลาสติกแพ็ค 12 ขวด ราคา 55 บาท เฉลี่ยขวดละ 4.5 บาท

มีถุงผ้าไว้ในห้องพักเพื่อให้ผู้เข้าพักได้หยิบยืมไปใช้ (ถุงผ้าที่ใช้ภายในโรงแรมเป็นถุงผ้าที่เย็บเอง) นอกจากนี้ โรงแรมยังได้หันมาใช้กระดาษในการรองกันถึงขยะในห้องพักแทนการใช้ถุงพลาสติก โดยกระดาษที่ใช้เป็นกระดาษที่เหลือใช้ และให้พนักงานเป็นคนปัดด้วยตนเองในยามว่าง ซึ่งไม่มีต้นทุน (เมื่อเทียบกับถุงพลาสติกแล้วการใช้กระดาษถือว่าไม่มีต้นทุน) ซึ่งในระยะแรกของการเปลี่ยนแปลง ผู้เข้าพักมีการบ่นเรื่องการใช้ง่ายขยะที่รองกันด้วยกระดาษแทนถุงพลาสติก แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพนักงานได้อธิบายและสร้างความเข้าใจให้กับผู้เข้าพักแล้ว ทำให้ผู้เข้าพักมีความเข้าใจและยอมรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวยังส่งผลต่อเนื่องทำให้พนักงานของโรงแรมมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยหันมาลดการใช้ถุงพลาสติกในชีวิตประจำวัน รวมถึงมีความตระหนักในเรื่องของสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

สำหรับการจัดการขยะของโรงแรมอยู่บนพื้นฐานการลดปริมาณการก่อขยะและการจัดการกับขยะด้วยการแยกขยะแล้วนำไปจัดการด้วยวิธีการที่แตกต่างกัน โดยโรงแรมมีนโยบายในการลดขยะแต่ไม่ได้ห้ามผู้เข้าพักไม่ให้ทิ้งขยะ เป็นลักษณะของการขอความร่วมมือจากผู้เข้าพัก มีการแยกขยะแล้วนำขยะรีไซเคิล (recycle) ที่ขายได้ไปขาย โดยมอบรายรับจากการขายขยะให้กับพนักงานในลักษณะของเงินกองกลาง (แต่ละครั้งขายได้จำนวนเงินประมาณร้อยละห้าบาท ปีหนึ่ง ๆ จะได้ประมาณพันกว่าบาท ซึ่งไม่มากพอที่จะนำมาแบ่งกัน จึงรวมไว้เป็นกองกลางสำหรับนำมาซื้อของขวัญไว้จับฉลากในช่วงเทศกาลปีใหม่ของทุกปี) สำหรับขยะอินทรีย์จะนำ EM มารดเพื่อทำเป็นน้ำหมักชีวภาพ ส่วนน้ำมันที่เหลือใช้ (ไม่มีการใช้ซ้ำ) จะนำมาทำสบู่ ขณะที่ผ้าปูที่นอนที่ไม่สามารถใช้งานได้แล้วจะถูกนำมาทำผ้ามัดย้อม (พนักงานมีความรู้ในเรื่องการมัดย้อมผ้า และจะดำเนินการจัดทำด้วยตนเอง โรงแรมเพียงให้การสนับสนุนเท่านั้น)

นอกจากนี้ ในการให้บริการอาหารเช้าของโรงแรมได้มีการควบคุมดูแลให้ปริมาณอาหารสอดคล้องกับจำนวนผู้เข้าพักในแต่ละวัน (โดยมีอาหารเหลือทิ้งน้อยที่สุด) โดยโรงแรมจะทำอาหารสดบางอย่างด้วยตนเอง และบางส่วนก็ซื้อจากตลาด เพื่อเป็นการกระจายรายรับจากการท่องเที่ยวให้กับชุมชนท้องถิ่น

4) การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนท้องถิ่น

โรงแรมแห่งนี้มีการจ้างแรงงานที่เป็นคนในพื้นที่จังหวัดน่านทั้งหมด¹² เนื่องจากหากพนักงานเป็นคนในพื้นที่ เมื่อนักท่องเที่ยวสอบถามข้อมูลต่างๆ ของจังหวัด เช่น เส้นทางหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ก็สามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำต่างๆ ได้เป็นอย่างดี นอกจากการจ้างงานคนในพื้นที่แล้ว โรงแรมยังมีการใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ เช่น แชมพู ครีมหาบน้ำ ครีมทาผิว สบู่ เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งหมดผลิตโดยชุมชนในจังหวัดน่าน (วิสาหกิจชีววิถีชุมชนน้ำเกีฮ่วน) ขณะที่วัตถุดิบที่นำมาใช้ในการทำอาหารเช้าทั้งหมดก็เป็นวัตถุดิบ

¹² ในช่วงการระบาดของโควิด-19 โรงแรมให้พนักงานสลับกันมาทำงานคนละ 15 วัน โดยในช่วงแรกใช้วิธีการให้พนักงานลาออกไปเพื่อใช้สิทธิ์ประกันสังคม แล้วค่อยกลับเข้ามาทำงานต่อหลังจากใช้สิทธิ์ดังกล่าวแล้ว

ในจังหวัด โดยในช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19 โรงแรมมีการสั่งวัตถุดิบจากกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์ที่อำเภอเบะเกลือ เช่นเดียวกับผู้ประกอบการโรงแรมแห่งอื่น ๆ ในจังหวัดน่าน ที่เกือบทั้งหมดได้พยายามร่วมมือในการใช้ผลิตภัณฑ์จากเกษตรกรอินทรีย์ภายในจังหวัด

นอกจากนี้ โรงแรมแห่งนี้ยังมีผู้จัดแสดงสินค้าของชุมชน รวมถึงการที่โรงแรมมีการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ภายใต้แบรนด์ของตนเอง เช่น ครีมหาบ น้ำ แชมพู เป็นต้น (ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) โดยการขออนุญาตอยู่ภายใต้ชื่อโรงแรม) ซึ่งในบางเดือนโรงแรมมีรายรับจากการขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสูงกว่ารายรับจากค่าห้องพัก รวมทั้งมีการนำเสนอกิจกรรมและโปรแกรมท่องเที่ยวในจังหวัดน่านที่ดำเนินการโดยชุมชนให้กับลูกค้าที่เข้าพักแรมด้วย

นอกจากการจัดการและการดำเนินการดังกล่าวข้างต้นแล้ว เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โรงแรมยังมีการใช้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ (organic) ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการควบคุมการใช้สารเคมีในการทำความสะดวกในห้องพัก¹³ รวมทั้งการขอความร่วมมือจากผู้เข้าพักในเรื่องของการไม่ส่งเสียงดังเพื่อไม่ให้เป็นการรบกวนชุมชนรอบข้างโรงแรม และการมีป้ายรณรงค์เกี่ยวกับการดูแลสิ่งแวดล้อมหรือให้ผู้เข้าพักตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม รวมทั้งยังมีการสื่อสารให้ข้อมูลและแนวทางปฏิบัติให้ผู้เข้าพักปฏิบัติตามอีกด้วย

ตารางที่ 3.1 การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างการรับผิดชอบของ โรงแรม

รายการ	กิจกรรมที่ดำเนินการ
การลดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม	
1. การจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้มีการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ	• ใช้หลอด LED ที่ประหยัดพลังงานไฟฟ้า • ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ห้า • ใช้ระบบอัตโนมัติในการปิด-เปิดไฟในพื้นที่ส่วนกลาง • ใช้เสไฟฟ้าที่ใช้ระบบไฟฟ้าโซลาร์เซลล์ในพื้นที่สวนและลานจอดรถ
2. การจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการลดการใช้ น้ำ และ/มีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ	• ใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัด • มีการนำน้ำล้างแก้วมาใช้รดน้ำต้นไม้ • ไม่รดน้ำต้นไม้ตอนกลางวัน (รดเฉพาะตอนเช้ากับเย็น) • การขอความร่วมมือให้ผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ (กรณีที่พัก 2 คืน)
3. การดำเนินงานที่ลดของเสีย สิ่งปฏิกูล และลดการบริโภคที่ไม่จำเป็น	• ลดการใช้ถุงพลาสติก เช่น ใช้กระดาษรองกันถังขยะแทนถุงพลาสติก • เตรียมอาหารเข้าที่พอดีกับจำนวนลูกค้าที่เข้าพัก

¹³ ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ที่ใช้มีราคาสูงกว่าท้องตลาดประมาณเท่าตัว บางชิ้นก็มีราคาสูงถึง 5 เท่า

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

รายการ	กิจกรรมที่ดำเนินการ
4. การจัดการขยะที่กึ่งแล้ว	- มีการคัดแยกขยะเพื่อนำขยะรีไซเคิลไปขายแล้วรวบรวมเป็นเงินกองกลางของพนักงาน (ประมาณปีละพันกว่าบาท) - มีการนำขยะอินทรีย์มาทำน้ำหมัก (EM) - นำน้ำมันที่ใช้แล้วมาทำสบู่ - มีการนำผ้าปูที่นอนที่เสื่อมสภาพมาบัดย้อม
5. การใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	ใช้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์แทนสารเคมี
การลดผลกระทบเชิงลบด้านสังคม-วัฒนธรรม	
1. ไม่ใช้แรงงานที่ผิดกฎหมาย	- ไม่ใช้แรงงานเด็ก - ไม่ใช้แรงงานต่างด้าวที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย
2. มีข้อปฏิบัติสำหรับผู้เข้าพักเพื่อลดผลกระทบที่มีต่อชุมชนรอบข้าง	- ขอความร่วมมือกับผู้เข้าพักไม่ให้ส่งเสียงดัง - ขอความร่วมมือไม่ให้ทิ้งขยะในที่สาธารณะ โดยมีจุดวางถังขยะกระจายในพื้นที่ส่วนกลางของโรงแรม
การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน/ท้องถิ่น	
1. มีการจ้างแรงงานในชุมชน/ท้องถิ่น	มีการจ้างแรงงานที่เป็นคนในพื้นที่จังหวัดน่านทั้งหมด
2. มีการใช้สินค้าและวัตถุดิบที่ผลิตภายในชุมชน/ท้องถิ่น	ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำทั้งหมด เช่น แชมพู ครีมนวดน้ำ ครีมหาผิว สบู่ เป็นต้น ผลิตโดยชุมชนในจังหวัดน่าน (วิสาหกิจชีววิถีชุมชนน้ำเก๋น)
3. มีการสนับสนุนสินค้าและกิจกรรมของชุมชน/ท้องถิ่น	- มีพื้นที่แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน - มีการสั่งสินค้าชุมชนมาผลิตภายใต้แบรนด์ของโรงแรมเพื่อจำหน่ายให้กับผู้เข้าพัก - มีการนำเสนอกิจกรรมและโปรแกรมท่องเที่ยวในจังหวัดน่านที่ดำเนินการโดยชุมชน

นอกจากนี้ โรงแรมยังให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อชุมชนที่อยู่บริเวณโดยรอบโรงแรม ซึ่งมีครัวเรือนประมาณ 16 ครัวเรือน อย่างไรก็ตาม พบว่า ชุมชนรอบข้างไม่ค่อยให้ความสนใจเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงแรม เนื่องจากต้องทำมาหากิน จึงไม่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมที่โรงแรมจัดขึ้น ในขณะที่ผู้บริหารโรงแรมมีข้อเสนอแนะว่าหน่วยงานส่วนท้องถิ่น (เทศบาล) ต้องแสดงบทบาทและให้ความสำคัญกับ green hotel หรือมีความรับผิดชอบต่อชุมชน โดยต้องเข้ามาควบคุมดูแลไม่ให้เกิดการดำเนินธุรกิจโรงแรมหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสร้างผลกระทบต่อชุมชน ท้องถิ่น และผู้ประกอบการอื่นๆ อย่างเช่น ในกรณีของกลิ่นจากร้านอาหารที่กระจายมายังห้องพัก การปล่อยน้ำเสียลงท่อน้ำทิ้งโดยไม่ผ่านการบำบัดหรือจัดการ เป็นต้น

3.3 ผลของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของโรงแรมที่นำเสนอในหัวข้อที่ผ่านมา มีทั้งที่โรงแรมต้องแบกรับภาระต้นทุน/ค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่ม เช่น ค่าผลิตภัณฑ์ในห้องพักซึ่งมีต้นทุนสูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายอยู่ในท้องตลาดทั่วไป เป็นต้น และได้รับผลประโยชน์ส่วนเพิ่มทั้งที่เป็นตัวเงิน (monetary term) เช่น การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED ทำให้ค่าไฟฟ้าลดลง เป็นต้น และที่ไม่ใช่ตัวเงิน (non-monetary term) เช่น ภาพลักษณ์ของโรงแรมในเรื่องของการเป็นโรงแรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ทั้งนี้ผลประโยชน์บางอย่างอาจตกอยู่กับชุมชนและ/ท้องถิ่น เช่น ในกรณีการจัดการกับน้ำเสียแล้วสูบออกไปทิ้งแทนการปล่อยลงสู่ท่อน้ำสาธารณะทำให้ไม่ส่งกลิ่นเหม็นต่อชุมชนและครัวเรือนที่อยู่โดยรอบ¹⁴ เป็นต้น ซึ่งพอจะสรุปได้สังเขปดังนี้ (ดูรายละเอียดต้นทุน-ผลประโยชน์ พ.ศ. 2562 ในตารางที่ 3.2)

1) ต้นทุนส่วนเพิ่มที่เป็นตัวเงิน

- ค่าเปลี่ยนมาเป็นหลอดแบบ LED ทั้งหมดประมาณ 2 หมื่นบาท
- ค่าเก็บขนขยะประเภทเศษวัสดุและเศษไม้ไปทิ้ง 300 บาท/ครั้ง (มีค่าใช้จ่ายประมาณ 3,000 บาท/ปี)
- ค่าธรรมเนียมขยะ (จ่ายให้เทศบาล) 250 บาท/เดือน
- ค่าสูบน้ำออกจากระบบบำบัดน้ำเสีย 3,500 บาท/รอบ ปีละ 3 รอบ (มีค่าใช้จ่ายประมาณ 10,500 บาท/ปี)
- ค่าซื้อถังขยะและติดป้าย (แยกประเภทขยะ) ประมาณ 5-6 พันบาท
- ค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ในห้องพักที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนมีราคาสูงกว่าทั่วไปประมาณร้อยละ 75 (ปีหนึ่งๆ ประมาณ 100,000 บาท)
- ค่าใช้จ่ายในการซื้อพืชผักอินทรีย์ มีราคาสูงกว่าพืชผักทั่วไปร้อยละ 20-50 (ปีหนึ่งๆ ประมาณ 40,000 บาท)

2) ผลประโยชน์ส่วนเพิ่มที่เป็นตัวเงิน

- การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED ซึ่งเป็นการจัดการในเรื่องของการประหยัดพลังงานตามมาตรฐานของ green hotel ช่วยลดค่าไฟฟ้าให้กับโรงแรมประมาณร้อยละ 10 จากเดิมที่มีค่าไฟฟ้าประมาณเดือนละ 15,000-20,000 บาท

¹⁴ กรณีนี้เห็นได้จากการที่ร้านอาหารที่อยู่ใกล้โรงแรมปล่อยน้ำเสียลงในท่อน้ำจนโรงแรมได้ผลกระทบจากการที่น้ำเสียเหล่านั้นส่งกลิ่นย้อนกลับมาในโรงแรมและส่งผลกระทบต่อกลิ่นรบกวนในห้องพัก

- การใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำของผู้เข้าพักที่มีประมาณร้อยละ 32 ของผู้เข้าพักทั้งหมด สามารถช่วยลดต้นทุนของการใช้น้ำในการซักผ้าได้ประมาณร้อยละ 10
- การจัดการและการดำเนินงานตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียว (green hotel) มีส่วนช่วยให้โรงแรมสามารถขายห้องพักได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นเรื่องของการมีมาตรฐานที่ชัดเจนและมีเครื่องหมายการันตีมาตรฐานดังกล่าว ซึ่งจากเดิมที่เคยขายห้องพักในราคาห้องละ 800 บาท (ตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการโรงแรม) เมื่อเข้าสู่มาตรฐานโรงแรมสีเขียวสามารถเพิ่มราคาได้อีก 400 บาท ปัจจุบันโรงแรมแห่งนี้ขายห้องพักอยู่ที่ระดับราคา 1,200 บาท/ห้อง/คืน

3) ผลประโยชน์ที่ไม่ใช่ตัวเงิน

นอกจากผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินในหัวข้อที่ผ่านมาแล้ว โรงแรมยังได้รับประโยชน์จากการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ ชุมชน และผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่

- 1) การได้รับการยอมรับว่าเป็นต้นแบบที่เป็นตัวอย่างนำร่องให้กับโรงแรมอื่นๆ ทั้งภายในและนอกจังหวัด (ความมีชื่อเสียงและความภูมิใจ)
- 2) สมาชิกในครอบครัวและพนักงานให้ความตระหนักและสนใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนใกล้ชิดและพนักงาน)
- 3) หน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยช่วยในเรื่องของการตลาดและช่วยประชาสัมพันธ์โรงแรม ช่วยให้โรงแรมมีโอกาสได้ไปออกบูธในต่างประเทศหรือภายในประเทศ เมื่อมีการออกบูธในงานต่างๆ
- 4) มีโอกาสในตลาดหน่วยงานราชการมากขึ้น โดยจะเข้าไปอยู่ในตะกร้าเขียวของหน่วยงานราชการ (แต่ในความเป็นจริงหน่วยงานราชการยังคงให้ความสำคัญกับราคาห้องพักเป็นหลัก โดยราคาห้องพักต้องไม่เกินระดับราคาตามระเบียบของทางราชการ) โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ อพท. ที่มีนโยบายระบุไว้อย่างชัดเจนว่า หากจะจัดประชุม/จัดงาน ต้องให้ความสำคัญโดยการเลือกโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานโรงแรมสีเขียวในลำดับแรก

อย่างไรก็ตาม การลงทุนและดำเนินการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจของโรงแรม เป็นการดำเนินการที่ไม่ได้คำนึงถึงผลตอบแทนที่จะได้รับกลับมาเป็นตัวเงิน และยังไม่สามารถประเมินได้ว่ามีความคุ้มค่าหรือไม่ (ต้องมองในระยะยาว) เนื่องจากมีลูกค้าเพียงกลุ่มหนึ่งที่สนใจในเรื่องนี้ซึ่งมีอยู่จำนวนน้อยมาก โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ซึ่งไม่ค่อยให้ความสำคัญกับประเด็นโรงแรมสีเขียว หรือการจัดการและดำเนินการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ ในขณะที่ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในประเด็นนี้สูงกว่า อย่างไรก็ตาม สิ่งที่โรงแรมได้รับในปัจจุบันคือ การให้คุณค่าของผู้เข้าพักและสังคม ที่ซึ่งสะท้อนผ่านคำชมและการบอกต่อแนะนำให้คนอื่น ๆ มาใช้บริการ ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ของโรงแรมมีความชัดเจนมากขึ้นว่าเป็นโรงแรมสีเขียว หรือเป็นโรงแรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ปัจจุบันโรงแรมได้นำภาพลักษณ์ดังกล่าวมาส่งเสริมการตลาดในลักษณะของการนำเสนอเรื่องของการอนุรักษ์และความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชน

ตารางที่ 3.2 ต้นทุน-ผลประโยชน์จากการจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ พ.ศ. 2562

กิจกรรม	ต้นทุน	ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น
1. การประหยัดพลังงาน		
• เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED	3,500 บาท	• ช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณร้อยละ 10 • หลอดไฟมีอายุการใช้งานที่ยาวขึ้น
• ทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ	20,000 บาท	
• ใช้ไฟ solar cell ในสวนและลานจอดรถ	25,000 บาท	
2. การประหยัดน้ำ		
• ใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดน้ำ	ดำเนินการตั้งแต่สร้างโรงแรม	• ช่วยประหยัดค่าน้ำได้ประมาณร้อยละ 1-2
3. การจัดการขยะ		
• ค่าธรรมเนียมในการจัดเก็บขยะ	2,400 บาท	• รายได้จากการขายขยะประเภทรีไซเคิลประมาณปีละพันกว่าบาท ซึ่งเก็บรวบรวมเป็นเงินกองกลางของพนักงาน
• ค่าใช้จ่ายในการขนขยะ เช่น เศษไม้	3,000 บาท	
4. การใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนภายในจังหวัด		
• ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ (เป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์)	สูงกว่าปกติร้อยละ 50-100	• ภาพลักษณ์ในการเป็นโรงแรมสีเขียว หรือโรงแรมที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยให้สามารถขายห้องพักได้ในราคาเพิ่มขึ้น
• พืชผักอินทรีย์ (อาหารเช้า)	สูงกว่ากรณีการใช้ผักทั่วไปร้อยละ 20-50	

3.4 ผลการประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

การนำเสนอผลการประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสำหรับกรณีศึกษาโรงแรม (บูติก) จะประมาณการเฉพาะในส่วนที่สามารถประเมินออกมาเป็นตัวเลขได้เท่านั้น โดยประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนใน 4 กิจกรรมหลัก ที่โรงแรมได้มีการดำเนินการในช่วง พ.ศ. 2562 ได้แก่ กิจกรรมการประหยัดพลังงาน การประหยัดน้ำ การใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน และการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม ดังมีรายละเอียดในแต่ละกิจกรรมพอสังเขปดังนี้

3.4.1 กิจกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้า

โรงแรมแห่งนี้มีจำนวนห้องพักทั้งหมด 32 ห้อง โดย พ.ศ. 2562 สามารถขายห้องพักในรอบปีได้ประมาณ 6,400 ห้อง (คิด ณ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 55) โรงแรมมีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นกิจกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้า 3 กิจกรรมสำคัญ ได้แก่ 1) การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED ทั้งหมด 2) การเปลี่ยนมาใช้เสาไฟที่ใช้ระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ (solar cell) แทนการใช้เสาไฟที่ใช้หลอดตะเกียบและไฟฟ้าตามปกติ และ 3) การทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศทุก 6 เดือน ซึ่งในทุกกิจกรรมกำหนดให้อัตราค่าไฟฟ้าต่อหน่วยที่ใช้ในการคำนวณเป็นอัตราเดียวกันทั้งหมด โดยเป็นอัตราค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ณ ระดับราคาประมาณ 3.15 บาท/หน่วย (ที่แรงดัน 22-33 กิโลโวลต์ ค่าไฟฟ้าเท่ากับ 3.147 บาท/หน่วย) โดยมีรายละเอียดของต้นทุน-ผลตอบแทนที่โรงแรมได้รับในแต่ละกิจกรรมพอสังเขปดังนี้

• กิจกรรมที่ 1: การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและการสำรวจห้องพักของโรงแรมแห่งนี้ สามารถนำมากำหนดเป็นข้อสมมติเบื้องต้นสำหรับใช้คำนวณหาต้นทุน-ผลตอบแทนของการเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟ LED ได้ดังนี้

- 1) ห้องพักแต่ละห้อง มีการใช้หลอดไฟ LED จำนวน 6 หลอด
- 2) ผู้เข้าพักมีระยะเวลาการเปิดใช้งานหลอดไฟภายในห้องประมาณ 6 ชั่วโมง/วัน

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่า เดิมทีห้องพักในโรงแรมใช้หลอดไฟแบบตะเกียบ ซึ่งจะใช้ไฟฟ้าประมาณ 20 วัตต์/หลอด และแต่ละหลอดมีราคาประมาณ 100 บาท โดยมีอายุการใช้งานประมาณ 6,000 ชั่วโมง/หลอด ต่อมาโรงแรมได้เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED แทน โดยหลอดไฟ LED ที่นำมาใช้แทน เป็นหลอดไฟ LED ที่ใช้ไฟฟ้าประมาณ 10 วัตต์/หลอด มีราคาหลอดละประมาณ 100 บาท และมีอายุการใช้งานประมาณ 15,000 ชั่วโมง/หลอด โดยโรงแรมได้ลงทุนในการเปลี่ยนหลอดไฟเป็นแบบ LED ทั้งหมด เป็นจำนวนเงิน 20,000 บาท

จากข้อสมมติเบื้องต้นทั้งสองข้อ และจากจำนวนห้องพักทั้งหมดของโรงแรมที่มีจำนวน 32 ห้อง พบว่า การเปลี่ยนจากหลอดไฟแบบตะเกียบมาเป็นหลอดไฟแบบ LED ของโรงแรมแห่งนี้ สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 1.13 บาท/ห้อง ซึ่งจากห้องพักที่โรงแรมสามารถขายได้ประมาณ 6,400 ห้อง/ปี (ณ อัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 55) โรงแรมแห่งนี้จะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าจากกิจกรรมนี้ได้ประมาณ 20 บาท/ห้องพักที่ขายได้/วัน หรือประมาณ 7,300 บาท/ปี

นอกจากนี้ ด้วยการที่หลอดไฟแบบ LED มีอายุการใช้งานถึง 5 ปี (หรือกว่า 15,000 ชั่วโมง) ซึ่งนานกว่าหลอดตะเกียบประมาณหนึ่งเท่า ดังนั้นการเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED ที่มีอายุการใช้งานนานกว่าหลอดตะเกียบจะช่วยให้โรงแรมสามารถประหยัดการลงทุนที่เกิดจากการเปลี่ยนหลอดไฟใหม่ประมาณ 20,000 บาท/ครั้ง ของการใช้หลอดไฟแบบ LED

• กิจกรรมที่ 2: การเปลี่ยนมาใช้เสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ในพื้นที่ กลางแจ้ง

ข้อสมมติเบื้องต้นสำหรับกรณีของกิจกรรมการเปลี่ยนมาใช้เสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ ในพื้นที่กลางแจ้ง (พื้นที่ลานจอดรถ และสวน) มีดังนี้

- 1) จำนวนเสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ในพื้นที่กลางแจ้ง มีจำนวน 7 ต้น
- 2) ในแต่ละวันมีระยะเวลาของการใช้พลังงานไฟฟ้าในพื้นที่กลางแจ้งประมาณ 12 ชั่วโมง ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า ก่อนที่จะเปลี่ยนมาใช้เสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ โรงแรมได้ใช้เสาไฟฟ้าที่ใช้หลอดไฟแบบตะเกียบขนาด 50 วัตต์ ในการให้แสงสว่างในพื้นที่สวนและลานจอดรถ ซึ่งหลอดไฟแต่ละหลอดมีราคาประมาณ 100 บาท โดยการเปลี่ยนมาใช้เสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าโซล่าเซลล์ โรงแรมต้องลงทุนเพิ่มประมาณ 25,000 บาท สำหรับเสาไฟฟ้าจำนวน 7 ต้น (เสาไฟที่เป็นระบบโซล่าเซลล์มีต้นทุนประมาณ 3,600 บาท/ต้น)

จากข้อสมมติข้างต้นที่ว่า มีจำนวนเสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ 7 ต้น และมีระยะเวลาการใช้งานต่อวันประมาณ 12 ชั่วโมง พบว่า การเปลี่ยนมาใช้เสาไฟที่เป็นระบบโซล่าเซลล์สามารถทำให้โรงแรมประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 13 บาท/วัน ซึ่งจากห้องพักที่ขายได้สามารถประมาณการได้ว่า โรงแรมจะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 0.75 บาท/ห้องที่ขายได้/วัน หรือประมาณ 4,800 บาทต่อปี

นอกจากนี้ ด้วยอายุการใช้งานของหลอดไฟที่ใช้กับเสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ ซึ่งเป็นหลอด LED ที่มีอายุการใช้งานเฉลี่ยประมาณ 3-5 ปี ซึ่งนานกว่ากรณีการใช้เสาไฟที่ใช้หลอดไฟแบบตะเกียบประมาณ 1 เท่า ทำให้โรงแรมสามารถประหยัดเงินลงทุนจากการเปลี่ยนหลอดไฟจำนวน 7 หลอด ประมาณ 700 บาทต่อการเปลี่ยนหลอดไฟของเสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ 1 ครั้ง

• กิจกรรมที่ 3: การทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ

โรงแรมแห่งนี้มีการใช้เครื่องปรับอากาศ (แอร์) 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทติดผนัง และฝังซ่อนในฝ้าเพดาน โดยใช้เครื่องปรับอากาศ 2 ขนาด ในการฝังซ่อนในฝ้าเพดาน คือ ขนาด 18,000 BTU และ 24,000 BTU และเครื่องปรับอากาศทั้งหมดของโรงแรมยังมิใช่เครื่องปรับอากาศที่มีระบบอินเวอร์เตอร์ (inverter)¹⁵ ที่ซึ่งประหยัดพลังงานมากกว่าเครื่องปรับอากาศแบบธรรมดา

¹⁵ เครื่องปรับอากาศที่มีระบบอินเวอร์เตอร์ (inverter) เหมาะสำหรับห้องที่ใช้งานต่อเนื่องหลายชั่วโมง และอุณหภูมิภายในห้องไม่ผันผวน โดยระบบอินเวอร์เตอร์จะเร่งความเร็วมอเตอร์คอมเพรสเซอร์ให้ทำความเย็นอย่างรวดเร็ว และเมื่อถึงอุณหภูมิที่กำหนด มอเตอร์คอมเพรสเซอร์จะทำงานเบาๆ แต่ไม่หยุดการทำงาน โดยจะลดรอบการทำงานลงจนอยู่ในสถานะเกือบหยุดทำงาน แต่เมื่ออุณหภูมิเพิ่มสูงขึ้นกว่าที่ตั้งไว้ 1-2 องศาเซลเซียส คอมเพรสเซอร์จะเร่งการทำงานมากขึ้นเพื่อลดอุณหภูมิให้ได้ตามค่าที่กำหนด จึงทำให้อุณหภูมิโดยรวมของห้องมีความใกล้เคียงกับอุณหภูมิที่กำหนด (<https://www.homenayoo.com/air-condition-vs-air-inverter/>, สืบค้น เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

ในการคำนวณต้นทุน-ผลตอบแทนของการทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศของโรงแรม มีข้อสมมติเบื้องต้นของการคำนวณ 2 ข้อ ดังนี้

1) สมมติให้แต่ละห้อง ผู้เข้าพักมีการเปิดใช้งานเครื่องปรับอากาศประมาณ 12 ชั่วโมง/วัน ซึ่งคอมเพรสเซอร์ (compressor) จะทำงานประมาณ 9 ชั่วโมง/วัน¹⁶

2) โรงแรมมีการล้างเครื่องปรับอากาศปีละ 2 ครั้ง หรือล้างทุก ๆ 6 เดือน

จากข้อสมมติเบื้องต้นทั้งสองข้อ และจากประเภทและขนาดของเครื่องปรับอากาศของโรงแรม สามารถประมาณการการใช้ไฟฟ้าที่แตกต่างกันของเครื่องปรับอากาศแต่ละประเภทและแต่ละขนาด ดังมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

(1) เครื่องปรับอากาศประเภทติดผนังขนาด 18,000 BTU

โรงแรมแห่งนี้มีเครื่องปรับอากาศประเภทติดผนังขนาด 18,000 BTU จำนวน 12 เครื่อง (ติดตั้งในห้องขนาด 35 ตารางเมตร) โดยมีค่าล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าว ครั้งละ 500 บาท/เครื่อง จากข้อสมมติข้างต้นที่กำหนดให้โรงแรมมีการล้างเครื่องปรับอากาศปีละ 2 ครั้ง (หรือ ทุก ๆ 6 เดือน) ทำให้โรงแรมแห่งนี้มีค่าใช้จ่ายในการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวปีละ 12,000 บาท โดยเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวมีการใช้ไฟฟ้าประมาณเครื่องละ 1.31 วัตต์ต่อชั่วโมง¹⁷ ดังนั้นจากข้อสมมติข้อที่ 2 เครื่องปรับอากาศแต่ละเครื่องในกรณีนี้ จะมีการใช้ไฟฟ้าประมาณ 11.82 วัตต์ต่อวัน และหากเทียบเป็นต่อเดือนตามจำนวนห้องที่ขายได้ (อัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 55) เครื่องปรับอากาศประเภทติดผนังขนาด 18,000 BTU ทั้ง 12 เครื่อง จะใช้ไฟฟ้าประมาณ 2,340 วัตต์/เดือน หรือคิดเป็นค่าไฟฟ้าประมาณ 7,370 บาท/เดือน

การล้างเครื่องปรับอากาศสามารถช่วยประหยัดการใช้ไฟฟ้าได้สูงสุดประมาณร้อยละ 35¹⁸ ดังนั้น การล้างเครื่องปรับอากาศประเภทติดผนังขนาด 18,000 BTU สามารถประหยัดการใช้ไฟฟ้าได้เดือนละประมาณ 820 วัตต์ หรือสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 2,580 บาท/เดือน หรือเท่ากับ 30,950 บาท/ปี (คิด ณ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 55) ซึ่งเมื่อหักค่าใช้จ่ายในการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวที่มีประมาณปีละ 12,000 บาท จะทำให้โรงแรมสามารถประหยัดไฟฟ้าจากการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาด

¹⁶ การเปิดใช้งานเครื่องปรับอากาศจำนวน 8 ชั่วโมง คอมเพรสเซอร์ของเครื่องปรับอากาศจะทำงานเพียง 6 ชั่วโมง (<https://www.chillpainai.com/scoop/11547/>, สืบค้น เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

¹⁷ เป็นการประมาณการจาก <https://sites.google.com/site/airconditioner55/extra-credit/kar-khanwn-btu> (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

¹⁸ จากรายงานการศึกษาทดลองของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตเมื่อ พ.ศ. 2550 (<http://www.xn--72c0de7ax5g7b3a.com/18-Langair.html>, สืบค้น เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

ดังกล่าวประมาณ 18,950 บาท/ปี ดังนั้นเมื่อเทียบกับห้องพักที่ขายได้ โรงแรมจะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าจากการล้างเครื่องปรับอากาศในกรณีของเครื่องปรับอากาศประเภทติดผนังขนาด 18,000 BTU ได้ประมาณ 2.96 บาท/เครื่อง/วัน

(2) เครื่องปรับอากาศประเภทฝังซ่อนในฝ้าเพดานขนาด 18,000 BTU

โรงแรมแห่งนี้มีเครื่องปรับอากาศประเภทฝังซ่อนในฝ้าเพดานขนาด 18,000 BTU จำนวน 16 เครื่อง (ติดตั้งในห้องขนาด 35 ตารางเมตร) และมีค่าล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวประมาณ 700 บาท/เครื่อง/ครั้ง ซึ่งจากข้อสมมติเบื้องต้นที่กำหนดให้โรงแรมมีการล้างเครื่องปรับอากาศปีละ 2 ครั้ง ทำให้โรงแรมมีค่าใช้จ่ายในการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวประมาณ 22,400 บาท/ปี โดยเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวมีการใช้ไฟฟ้าประมาณเครื่องละ 1.31 วัตต์/ชั่วโมง¹⁹ ดังนั้นจากข้อสมมติข้อ 2 เครื่องปรับอากาศแต่ละเครื่องในกรณีนี้จะมีการใช้ไฟฟ้าเครื่องละประมาณ 11.82 วัตต์/วัน และในแต่ละเดือนเครื่องปรับอากาศประเภทฝังซ่อนในฝ้าเพดานขนาด 18,000 BTU ทั้ง 16 เครื่อง จะมีการใช้ไฟฟ้าประมาณ 3,120 วัตต์/เดือน หรือคิดเป็นค่าไฟฟ้าประมาณ 9,820 บาท/เดือน (คิด ณ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 55)

จากข้อมูลชุดเดียวกันที่ว่า การล้างเครื่องปรับอากาศสามารถช่วยประหยัดการใช้ไฟฟ้าได้สูงสุดประมาณร้อยละ 35 ดังนั้นการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทฝังซ่อนในฝ้าเพดานขนาด 18,000 BTU ทั้ง 16 เครื่อง จะสามารถประหยัดการใช้ไฟฟ้าได้เดือนละประมาณ 1,090 วัตต์ หรือคิดเป็นค่าไฟฟ้าที่สามารถประหยัดได้ประมาณ 3,440 บาท/เดือน หรือประมาณ 41,300 บาท/ปี ซึ่งเมื่อหักค่าใช้จ่ายในการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวที่มีค่าใช้จ่ายประมาณ 22,400 บาท/ปี โรงแรมจะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าจากการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวได้ประมาณ 18,900 บาทต่อปี และเมื่อเทียบกับห้องพักที่ขายได้ โรงแรมจะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าจากการล้างเครื่องปรับอากาศในกรณีของเครื่องปรับอากาศประเภทฝังซ่อนในฝ้าเพดานขนาด 18,000 BTU ได้ประมาณ 2.95 บาท/เครื่อง/วัน

(3) เครื่องปรับอากาศประเภทฝังซ่อนในฝ้าเพดานขนาด 24,000 BTU

โรงแรมแห่งนี้มีเครื่องปรับอากาศประเภทฝังซ่อนในฝ้าเพดานขนาด 24,000 BTU จำนวน 4 เครื่อง (ติดตั้งในห้อง Deluxe (Taze Deluxe) ขนาด 50 ตารางเมตร) โดยมีค่าล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวประมาณ

¹⁹ เป็นการประมาณการจาก <https://sites.google.com/site/airconditioner55/extra-credit/kar-khanwn-btu> (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

1,200 บาท/เครื่อง/ครั้ง และโรงแรมมีการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวปีละ 2 ครั้ง ทำให้ในแต่ละปีโรงแรมจะมีค่าใช้จ่ายในการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวปีละประมาณ 9,600 บาท โดยเครื่องปรับอากาศประเภทฝักรองในผ้าเปดานขนาด 24,000 BTU จะใช้ไฟฟ้าเครื่องละประมาณ 2.07 วัตต์ต่อชั่วโมง²⁰ ดังนั้น จากข้อสมมติข้อ 2 เครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวจะมีการใช้ไฟฟ้าเครื่องละประมาณ 18.60 หน่วย/วัน และในแต่ละเดือนเครื่องปรับอากาศประเภทฝักรองในผ้าเปดานขนาด 24,000 BTU ทั้ง 4 เครื่อง จะมีการใช้ไฟฟ้าประมาณ 1,230 วัตต์/เดือน หรือคิดเป็นค่าไฟฟ้าประมาณ 3,870 บาท/เดือน (คิด ณ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 55)

ทั้งนี้ จากข้อมูลชุดเดียวกันที่ว่าการล้างเครื่องปรับอากาศสามารถช่วยประหยัดการใช้ไฟฟ้าได้สูงสุดประมาณร้อยละ 35 ดังนั้น การล้างเครื่องปรับอากาศประเภทฝักรองในผ้าเปดานขนาด 24,000 BTU จะสามารถประหยัดการใช้ไฟฟ้าได้เดือนละประมาณ 430 วัตต์ หรือสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณเดือนละ 1,350 บาท หรือประมาณ 16,260 บาท/ปี ซึ่งเมื่อนำมาหักค่าใช้จ่ายในการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวที่มีค่าใช้จ่ายประมาณ 9,600 บาท/ปี โรงแรมจะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าจากการล้างเครื่องปรับอากาศประเภทและขนาดดังกล่าวได้ประมาณ 6,660 บาทต่อปี และเมื่อเทียบต่อห้องพักที่ขายได้ โรงแรมจะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าจากการล้างเครื่องปรับอากาศในกรณีของเครื่องปรับอากาศประเภทฝักรองในผ้าเปดานขนาด 24,000 BTU ได้ประมาณ 1.04 บาท/เครื่อง/วัน

หากพิจารณาในภาพรวมของกิจกรรมการประหยัดพลังงานทั้ง 4 กิจกรรม (เมื่อรวมกิจกรรมการเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED ในพื้นที่อื่นๆ ของโรงแรมด้วย) ของโรงแรมที่เป็นกรณีศึกษา พบว่า พ.ศ. 2562 กิจกรรมการประหยัดพลังงานด้วยการเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED สามารถช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าให้กับโรงแรมได้ประมาณร้อยละ 7.0 ต่อเดือน ส่วนการเปลี่ยนมาใช้เสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ช่วยให้โรงแรมสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณร้อยละ 2.0 ต่อเดือน ขณะที่การล้างเครื่องปรับอากาศปีละ 2 ครั้ง จะสามารถช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าให้กับโรงแรมได้ประมาณร้อยละ 8.0 ต่อเดือน ดังนั้น หากนับรวมกิจกรรมทั้ง 4 กิจกรรม จะช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าให้กับโรงแรมแห่งนี้ได้ประมาณร้อยละ 17 ต่อเดือน หรือคิดเป็นเงินประมาณเดือนละ 3,100 บาท (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3.3)

²⁰ เป็นการประมาณการจาก <https://sites.google.com/site/airconditioner55/extra-credit/kar-khanwn-btu> (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

นอกจากนี้ หากเทียบเป็นต่อวันต่อห้องพักที่ขายได้ พบว่า กิจกรรมประหยัดพลังงาน ทั้ง 4 กิจกรรม สามารถช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 5.83 บาท/วัน หรือประมาณ 3.24 บาท/ผู้ที่เข้าพัก 1 ราย หมายความว่า การขายห้องพักได้ 1 ห้อง ในแต่ละวัน กิจกรรมทั้ง 4 ประเภท จะช่วยให้เกิดการประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 5.83 บาท หรือประมาณ 3.24 บาทต่อผู้เข้าพัก 1 คน²¹ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3.3)

ตารางที่ 3.3 ปริมาณการค่าไฟฟ้าที่สามารถประหยัดได้จากกิจกรรมประหยัดพลังงานของ โรงแรม

กิจกรรม	ค่าไฟฟ้าที่ประหยัดได้ (คิด ณ ต่อห้องที่ขายได้) ^{1/}		
	บาท/วัน	บาท/คนที่เข้าพัก ^{2/}	บาท/เดือน
1. การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟฟ้าแบบ LED ในห้องพัก	0.62	0.34	330
2. การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟฟ้าแบบ LED ในพื้นที่อื่นๆ	1.75	0.97	930
3. การเปลี่ยนมาใช้เสาไฟฟ้าที่เป็นระบบไฟฟ้าโซลาร์เซลล์	0.75	0.42	400
4. การทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ 2 ครั้ง/ปี	2.71	1.51	1,440
ผลรวมของทั้ง 4 กิจกรรม	5.83	3.24	3,100

ที่มา: ปริมาณการจากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ร่วมกับค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และข้อสมมติเบื้องต้นบางประการ
หมายเหตุ: ^{1/} ปริมาณการ ณ ห้องที่ขายได้ ที่มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 55

^{2/} ปริมาณการจากการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการว่า โรงแรมมีสัดส่วนของผู้เข้าพักที่เข้าพัก 2 คน/ห้อง ปริมาณร้อยละ 80

3.4.2 กิจกรรมการประหยัดการใช้น้ำ

โรงแรมแห่งนี้มีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อที่เป็นกิจกรรมการประหยัดการใช้น้ำ 2 กิจกรรมสำคัญ ได้แก่ 1) การเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัด (เบอร์ 3 หรือ 4) และ 2) การเชิญชวนและรณรงค์ให้ผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ สำหรับการประมาณการค่าน้ำประปาที่ประหยัดได้จากการดำเนินกิจกรรมทั้งสอง จะกำหนดให้ใช้อัตราค่าน้ำประปาต่อลิตรในอัตราเดียวกัน ซึ่งคำนวณมาจากราคาน้ำประปาเฉลี่ยของปริมาณการใช้น้ำ 150-280 ลูกบาศก์เมตร ของการประปาส่วนภูมิภาค ที่มีราคาเฉลี่ยประมาณ 0.028 บาท/ลิตร²² โดยมีรายละเอียดของการประมาณการค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้ของแต่ละกิจกรรมพอสังเขปดังนี้

²¹ โรงแรมมีสัดส่วนของผู้เข้าพักที่เข้าพัก 2 คน/ห้อง ปริมาณร้อยละ 80

²² คำนวณจากโปรแกรมคำนวณของการประปาส่วนภูมิภาค โดยการใช้ค่า 150 200 และ 280 ลูกบาศก์เมตร จะมีค่าน้ำประปาประมาณ 4,010 5,589 และ 8,146 บาท หรือคิดเป็นราคาน้ำต่อลิตรได้ประมาณ 0.027, 0.028 และ 0.029 บาท/ลิตร (คำนวณจาก <https://www.pwa.co.th/calculate/water-tariff>, เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

• **กิจกรรมที่ 1: การเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัด (เบอร์ 3 หรือ 4)²³**

โรงแรมแห่งนี้มีการเปลี่ยนก๊อกน้ำจากแบบธรรมดาเป็นแบบประหยัดน้ำ (ประมาณ เบอร์ 3 หรือ 4) ที่เป็นลักษณะของหัวฟู่ที่ทำให้การเปิดน้ำแต่ละครั้งจะมีปริมาณน้ำที่ออกมาน้อยลง ทำให้สามารถประหยัดน้ำได้ระดับหนึ่ง โดยในการประมาณการปริมาณน้ำที่สามารถประหยัดได้จากการเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดน้ำ มีข้อสมมติเบื้องต้นสำหรับการคำนวณที่สำคัญดังนี้²⁴

- 1) กำหนดให้ผู้เข้าพักในแต่ละห้องใช้งานก๊อกน้ำประมาณ 10 นาที/ห้อง/คืนพัก
- 2) กำหนดให้ก๊อกน้ำแบบธรรมดามีปริมาณการใช้น้ำประมาณ 13 ลิตร/นาที
- 3) กำหนดให้ก๊อกน้ำแบบประหยัดเบอร์ 3 มีปริมาณการใช้น้ำประมาณ 6 ลิตร/นาที ส่วนเบอร์ 4 มีปริมาณการใช้น้ำประมาณ 4 ลิตรต่อนาที

จากข้อสมมติทั้ง 3 ข้อ เมื่อกำหนดให้การเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดสามารถประหยัดน้ำได้ประมาณ 5 ลิตร/นาที ดังนั้น สามารถประมาณการได้ว่า การเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดของโรงแรมสามารถประหยัดน้ำได้ประมาณ 50 ลิตร/ห้อง (5 ลิตร X 10 นาที) หรือคิดเป็นค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้ประมาณ 1.40 บาท/ห้อง (50 ลิตร X 0.028 บาท/ลิตร) ซึ่งจากห้องพักที่โรงแรมสามารถขายได้ต่อปีที่ 6,400 ห้อง หรือ 530 ห้อง/เดือน (คิด ณ อัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 55) โรงแรมแห่งนี้จะสามารถประหยัดน้ำประปาได้จากการเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดประมาณ 27 ลูกบาศก์เมตร/เดือน หรือคิดเป็นค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้ต่อเดือนประมาณ 740 บาท

• **กิจกรรมที่ 2: การเชิญชวนและรณรงค์ให้ผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ**

การประมาณการการประหยัดน้ำที่เกิดจากการเชิญชวนและรณรงค์ให้ผู้เข้าพักมีการใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ มีข้อสมมติเบื้องต้นสำหรับการคำนวณที่สำคัญดังนี้

- 1) กำหนดให้ในการใช้น้ำประปาซักผ้าเช็ดตัว โรงแรมมีการใช้น้ำประมาณ 91 ลูกบาศก์เมตร/เดือน²⁵
- 2) โรงแรมมีผู้เข้าพักที่พักตั้งแต่ 2 คืนขึ้นไป ในสัดส่วนประมาณร้อยละ 40 โดยประมาณร้อยละ 80 ของผู้เข้าพักที่พักตั้งแต่ 2 คืนขึ้นไป จะใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ ดังนั้นจึงมีผู้เข้าพักที่ใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำในสัดส่วนประมาณร้อยละ 32
- 3) กำหนดให้การใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำสามารถประหยัดน้ำได้ประมาณร้อยละ 10

²³ ปัจจุบันได้ชำรุดหมดแล้ว เนื่องจากผู้เข้าพักได้เขี่ยตัวหัวฟู่ออกจากก๊อกน้ำ เพราะ คิดว่าเป็นสิ่งอุดตันที่ให้น้ำไหลไม่แรง

²⁴ อัตราการไหลต่อก๊อกน้ำแบบปกติ และแบบประหยัดอ้างอิงข้อมูลมาจาก Facebook การประสานคลอง (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

²⁵ คำนวณจากปริมาณการใช้น้ำทั้งหมดของโรงแรมซึ่งอยู่ที่ประมาณ 180 ลบ.ม./เดือน (คิดจากค่าน้ำประปาเฉลี่ยต่อเดือนที่ประมาณ 5,000 บาท) ลบด้วยปริมาณน้ำที่ใช้โดยการชักโครกประมาณ 32 ลบ.ม./เดือน การใช้น้ำจากก๊อกน้ำโดยผู้เข้าพักประมาณ 27 ลบ.ม./เดือน และปริมาณน้ำที่ใช้ในการทำความสะอาดและกิจกรรมอื่นๆ ประมาณ 30 ลบ.ม./เดือน ดังนั้นจึงเหลือน้ำที่ใช้สำหรับซักผ้าประมาณ 91 ลบ.ม./เดือน

จากข้อสมมติทั้ง 3 ข้อ สามารถประมาณการปริมาณน้ำที่สามารถประหยัดได้จากการเชิญชวนและรณรงค์ให้ผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ เฉลี่ยประมาณเดือนละ 11 ลูกบาศก์เมตร $([1/0.9]-1) \times 91$ ลบ.ม./เดือน) หรือคิดเป็นค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้ต่อเดือนประมาณ 300 บาท $([11 \times 1000 \times 0.028]$ บาท/ลิตร) ซึ่งจากห้องพักที่โรงแรมสามารถขายได้ต่อปีที่ 6,400 ห้อง หรือ 530 ห้อง/เดือน (คิด ณ อัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 55) โรงแรมแห่งนี้จะสามารถประหยัดน้ำประปาได้จากการใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำของผู้เข้าพักเฉลี่ยประมาณ 20 ลิตร/ห้อง/วัน หรือประมาณ 11 ลิตร/ผู้เข้าพัก 1 คน คิดเป็นค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้ต่อห้องที่ขายได้ต่อวัน และต่อผู้เข้าพัก 1 คน ประมาณ 0.56 และ 0.31 บาท ตามลำดับ

หากพิจารณาในภาพรวมของกิจกรรมการประหยัดน้ำทั้ง 2 กิจกรรม ของโรงแรมที่เป็นกรณีศึกษา พบว่า พ.ศ. 2562 กิจกรรมการประหยัดน้ำด้วยการเปลี่ยนมาใช้ก๊อกรูปแบบประหยัด เป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการประหยัดน้ำมากที่สุด โดยสามารถช่วยประหยัดค่าน้ำประปาได้ประมาณร้อยละ 11.7 ต่อเดือน ส่วนการเชิญชวนและรณรงค์ให้ผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ²⁶ สามารถช่วยประหยัดค่าน้ำประปาได้ประมาณร้อยละ 4.8 ต่อเดือน ดังนั้น หากนับรวมกิจกรรมทั้ง 2 กิจกรรม จะช่วยประหยัดค่าน้ำประปาให้กับโรงแรมแห่งนี้ได้ประมาณร้อยละ 16.5 ต่อเดือน หรือคิดเป็นเงินประมาณเดือนละ 1,040 บาท (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3.4)

นอกจากนี้ หากเทียบเป็นต่อวันที่สามารถขายห้องพักได้ พบว่า กิจกรรมการประหยัดน้ำทั้ง 2 กิจกรรม สามารถช่วยประหยัดค่าน้ำประปาได้ประมาณ 1.96 บาท/วัน หรือประมาณ 1.08 บาท/ผู้ที่เข้าพัก 1 ราย หมายความว่า การขายห้องพักได้ 1 ห้อง ในแต่ละวัน กิจกรรมประหยัดน้ำทั้ง 2 กิจกรรม จะช่วยให้เกิดการประหยัดค่าน้ำประปาได้ประมาณ 1.96 บาท/ห้อง หรือประมาณ 1.08 บาทต่อผู้เข้าพัก 1 คน²⁷

ตารางที่ 3.4 ประมาณการค่าน้ำที่สามารถประหยัดได้จากกิจกรรมการประหยัดน้ำของโรงแรม

กิจกรรม	ค่าน้ำที่ประหยัดได้ (คิด ณ ต่อห้องที่ขายได้) ^{1/}		
	บาท/วัน	บาท/คนที่เข้าพัก ^{2/}	บาท/เดือน
การเปลี่ยนมาใช้ก๊อกรูปแบบประหยัด (เบอร์ 3 หรือ 4) ^{3/}	1.40	0.77	740
การเชิญชวนและรณรงค์ให้ผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ ^{4/}	0.56	0.31	300
ผลรวมของทั้ง 3 กิจกรรม	1.96	1.08	1,040

ที่มา: ประมาณการจากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ร่วมกับค่าน้ำประปาส่วนภูมิภาค และข้อสมมติเบื้องต้นบางประการ

หมายเหตุ: ^{1/} ประมาณการ ณ ห้องที่ขายได้ ที่มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 55

^{2/} ประมาณการจากการให้ข้อมูลของผู้ประกอบว่า โรงแรมมีสัดส่วนของผู้เข้าพักที่เข้าพัก 2 คน/ห้อง ประมาณร้อยละ 80

^{3/} ปัจจุบันได้ซักรีดหมดแล้ว เนื่องจากผู้เข้าพักได้แยกตัวหัวฟูกออกจากก๊อกน้ำ เพราะ คิดว่าเป็นสิ่งอุดตันที่ก่อให้เกิดน้ำไหลไม่แรง

^{4/} โรงแรมมีผู้เข้าพักที่ใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำประมาณร้อยละ 32 และการใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำจะช่วยประหยัดน้ำได้ประมาณร้อยละ 10

²⁶ โรงแรมมีผู้เข้าพักที่ใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำประมาณร้อยละ 32 และการใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำจะช่วยประหยัดน้ำได้ประมาณร้อยละ 10

²⁷ โรงแรมมีสัดส่วนของผู้เข้าพักที่เข้าพัก 2 คน/ห้อง ประมาณร้อยละ 80

3.4.3 กิจกรรมการใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน

โรงแรมที่เป็นกรณีศึกษามีการใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญ 3 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ เช่น ครีมอาบน้ำ แชมพูและครีมนวดผม ครีมหาผิว เป็นต้น 2) ผลิตภัณฑ์กาแฟ และ 3) พืชผักอินทรีย์ (organic) สำหรับในส่วนนี้จะนำเสนอเฉพาะรายละเอียดของต้นทุน-ผลตอบแทนของการใช้สองผลิตภัณฑ์แรก เนื่องจาก ผู้ประกอบการมีการต่อยอดธุรกิจจากผลิตภัณฑ์ชุมชนในรูปแบบของการจำหน่ายเป็นของที่ระลึกและ/ของฝากสำหรับผู้เข้าพักที่สนใจซื้อกลับไปเป็นของฝาก รวมทั้งการเปิดจำหน่ายผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งทำให้การใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งสองมิได้มีแต่เพียงต้นทุนที่เพิ่มขึ้น แต่กลับได้รับผลตอบแทนสุทธิจากการใช้ผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับกรณีพืชผักอินทรีย์ เป็นการยากที่จะนำมาต่อยอดทางธุรกิจ ดังนั้นจึงมีแต่เพียงต้นทุนส่วนเพิ่มของการใช้พืชผักอินทรีย์ที่เป็นผลผลิตของชุมชนในจังหวัดน่าน โดย พ.ศ. 2562 โรงแรมมีค่าใช้จ่ายในการซื้อผักอินทรีย์ประมาณ 40,000 บาท/ปี ซึ่งโรงแรมจะรับซื้อในราคาที่สูงกว่าพืชผักทั่วไปประมาณร้อยละ 20-50 ดังนั้น โรงแรมจึงมีค่าใช้จ่ายส่วนเพิ่มในการซื้อผักอินทรีย์สำหรับนำมาใช้ประกอบในการทำอาหารเข้าประมาณ 20,000 บาท/ปี สำหรับอีกสองผลิตภัณฑ์ (ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ และกาแฟ) มีรายละเอียดของการประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนที่เกิดจากการใช้แต่ละผลิตภัณฑ์พอสังเขปดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ

โรงแรมแห่งนี้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดน่าน ซึ่งถือเป็นหนึ่งในการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นหนึ่งในแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนที่นำมาใช้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากพืชสมุนไพรพื้นบ้าน เช่น ใบหมี ดอกอัญชัน มะกรูด ขมิ้นชัน ไพล เป็นต้น ซึ่งในแต่ละปีโรงแรมจะมีต้นทุนในการซื้อผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำจากชุมชนประมาณ 100,000 บาท โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีราคาที่สูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปร้อยละ 75 ดังนั้น โรงแรมจึงมีต้นทุนส่วนเพิ่มจากการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประมาณ 75,000 บาท/ปี ($100,000 \text{ บาท} \times 0.75$) ซึ่งจากห้องพักที่โรงแรมสามารถขายได้ต่อปีที่ 6,400 ห้อง หรือ 530 ห้อง/เดือน (คิด ณ อัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 55) โรงแรมแห่งนี้ต้องแบกรับภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประมาณ 10 บาท/ห้อง/วัน (หรือ ประมาณร้อยละ 0.88-1.05 ของต้นทุนค่าดำเนินงาน)²⁸ หรือประมาณ 5,700 บาท/ห้อง/เดือน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3.5)

นอกจากโรงแรมจะใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนแล้ว โรงแรมยังได้สร้างโอกาสทางธุรกิจของผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาทำบรรจุภัณฑ์ใหม่แล้วจัดจำหน่ายในลักษณะของสินค้าที่ระลึกให้กับผู้เข้าพักหรือผู้ที่สนใจจะซื้อไปเป็นของฝาก โดยใน พ.ศ. 2562 โรงแรมมีรายรับจากการขายผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประมาณ

²⁸ พ.ศ. 2562 โรงแรมมีต้นทุนค่าดำเนินงานประมาณร้อยละ 50-60 ของรายรับของห้องพักที่ขายได้ โดยมีราคาขายเฉลี่ยต่อห้องพักที่ขายได้ประมาณ 1,900 บาท/ห้อง

240,000 บาท (ขายได้ประมาณเดือนละ 20,000 บาท) โดยเป็นกำไรเฉลี่ยประมาณ 2 ใน 3 ของรายรับ หรือประมาณ 160,000 บาท ดังนั้น เมื่อนำกำไรที่ได้รับจากการขายผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนไปหักลบกับต้นทุนส่วนเพิ่มของการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน (160,000 บาท-75,000 บาท) พบว่า โรงแรมจะมีผลตอบแทนสุทธิที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประมาณ 85,000 บาท/ปี ซึ่งเมื่อเทียบกับจำนวนห้องที่ขายได้ (6,400 ห้อง) พบว่า โรงแรมจะมีผลตอบแทนสุทธิจากการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประมาณ 10 บาท/ห้อง/วัน หรือเท่ากับ 5,330 บาท/ห้อง/เดือน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3.5)

ตารางที่ 3.5 ประมาณการผลตอบแทนสุทธิจากการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน

รายการ	ต้นทุน (บาท/ปี)	ผลตอบแทน (บาท/ปี)
1. ต้นทุนส่วนเพิ่มจากการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน (ค่าใช้จ่ายต่อปี 100,000 บาท/ปี สูงกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไปร้อยละ 75)	75,000	-
2. กำไรจากการขายผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน (รายรับต่อปี 240,000 บาท กำไรประมาณ 2 ใน 3 ของรายรับ)	-	160,000
3. ผลตอบแทนสุทธิ (กำไรจากการขาย - ต้นทุนส่วนเพิ่ม)	-	85,000
คิดเทียบต่อห้องพักที่ขายได้ต่อวัน (บาท/ห้อง/วัน)	10	10
คิดเทียบต่อห้องพักที่ขายได้ต่อเดือน (บาท/ห้อง/เดือน)	5,700	5,330

ที่มา: ประมาณการจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อมูลเบื้องต้นบางประการ

2) ผลิตภัณฑ์กาแฟ

โรงแรมแห่งนี้มีต้นทุนในการซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟจากชุมชนมาให้บริการในห้องพักประมาณเดือนละ 3,200 บาท (ต้นทุนกาแฟซองละ 3 บาท วางให้บริการห้องละ 2 ซอง ดังนั้นจะใช้กาแฟต่อเดือนประมาณ 1,067 ซอง) ซึ่งสามารถประหยัดต้นทุนได้จากเดิมประมาณ 5,330 บาท เนื่องจากโรงแรมมีต้นทุนการให้บริการกาแฟในห้องพักประมาณ 8,530 บาท/เดือน (ต้นทุนกาแฟซองละ 8 บาท วางให้บริการห้องละ 2 ซอง โดยในแต่ละเดือนจะใช้กาแฟประมาณ 1,067 ซอง)

นอกจาก ผลตอบแทนที่เกิดจากการประหยัดต้นทุนอันเกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์กาแฟของชุมชนที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าประมาณ 5 บาท/ซอง แล้ว โรงแรมยังได้นำกาแฟจากชุมชนมานำเสนอขายเป็นของฝากทั้งที่เป็นถุงขนาด 250 กรัม และเป็นซองที่มีการบรรจุในกล่อง กล่องละ 12 ซอง โดยในแต่ละเดือนสามารถขายกาแฟแบบถุงได้เดือนละประมาณ 120 ถุง ขายในราคาถุงละ 180 บาท ดังนั้น ในแต่ละเดือนโรงแรมจะมีรายรับจากการขายกาแฟแบบถุงประมาณ 21,600 บาท ซึ่งเมื่อหักต้นทุนที่มีประมาณ 9,600 บาท/เดือน โรงแรมจะมีกำไรสุทธิจากการขายกาแฟถุงประมาณเดือนละ 12,000 บาท

ส่วนการขายกาแฟแบบซองที่มีการบรรจุในกล่อง กล่องละ 12 ซอง สามารถขายได้เดือนละประมาณ 25 กล่อง ขายในราคากล่องละ 150 บาท ดังนั้นในแต่ละเดือนโรงแรมจะมีรายรับจากการขายกาแฟแบบซองที่บรรจุกล่องประมาณ 3,750 บาท ซึ่งเมื่อหักต้นทุนที่มีประมาณ 900 บาท/เดือน โรงแรมจะมีกำไรสุทธิจากการขายกาแฟแบบซองที่บรรจุกล่องประมาณ 2,850 บาท/เดือน

ดังนั้นจากผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากทั้ง 3 ส่วน โรงแรมได้รับผลตอบแทนสุทธิจากการใช้กาแฟที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประมาณเดือนละ 20,180 บาท ซึ่งเมื่อเทียบกับจำนวนห้องพักที่ขายได้ต่อปี (6,400 ห้อง) พบว่า โรงแรมจะมีผลตอบแทนสุทธิดังกล่าวประมาณ 1,150 บาท/ห้อง/วัน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3.6)

ตารางที่ 3.6 ประมาณการผลตอบแทนสุทธิจากการใช้กาแฟที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน

รายการ	ผลตอบแทน (บาท/เดือน)
1. ผลตอบแทนจากการใช้กาแฟที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนมาให้บริการในห้องพัก (เก็บราคากาแฟซองละ 8 บาท ให้บริการห้องละ 2 ซอง ส่วนกาแฟของชุมชนราคาซองละ 3 บาท)	5,330
2. กำไรสุทธิจากการขายกาแฟแบบถุงขนาด 250 กรัม (รายรับ 21,600 บาท ต้นทุนประมาณ 9,600 บาท)	12,000
3. กำไรสุทธิจากการขายกาแฟแบบซองที่มีการบรรจุเป็นกล่องๆ ละ 12 ซอง (รายรับ 3,750 บาท ต้นทุนประมาณ 900 บาท)	2,850
ผลตอบแทนสุทธิทั้งหมด	20,180
คิดเทียบต่อห้องพักที่ขายได้ต่อวัน (บาท/ห้อง/วัน)	1,150

ที่มา: ประมาณการจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อสมมติเบื้องต้นบางประการ

หากพิจารณาในภาพรวมของกิจกรรมการใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ พบว่า พ.ศ. 2562 โรงแรมที่เป็นกรณีศึกษาได้ผลตอบแทนสุทธิจากการใช้กาแฟของชุมชนมากที่สุด เนื่องจาก ได้รับทั้งผลตอบแทนจากการประหยัดต้นทุนของกาแฟที่ใช้ในการให้บริการในห้องพัก และจากธุรกิจต่อเนื่องอันเกิดจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาแฟของชุมชนในลักษณะของการเป็นของฝาก ซึ่งคิดเป็นผลตอบแทนสุทธิตั้งแต่ประมาณเดือนละ 20,180 บาท (หรือ ประมาณ 1,150 บาท/วัน) ส่วนการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องพักที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น แม้ว่าโรงแรมจะต้องแบกรับต้นทุนส่วนเพิ่ม แต่ด้วยผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการจำหน่ายในลักษณะของการเป็นของฝากหรือของฝากทำให้โรงแรมได้รับผลตอบแทนสุทธิจากการใช้ผลิตภัณฑ์ในห้องพักที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนประมาณเดือนละ 5,330 บาท (หรือ ประมาณ 10 บาท/วัน) ดังนั้น ในแต่ละเดือนโรงแรมจะได้รับผลตอบแทนสุทธิจากผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งสองผลิตภัณฑ์ประมาณ 25,510 บาท (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3.7)

ตารางที่ 3.7 ประมาณการผลตอบแทนสุทธิจากการใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น

สินค้า ^{2/}	ผลตอบแทนสุทธิ (คิด ณ ต่อห้องที่ขายได้) ^{1/}	
	บาท/วัน	บาท/เดือน
ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ	10	5,330
ผลิตภัณฑ์กาแฟ	1,150	20,180
รวมผลตอบแทนสุทธิของทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์	1,160	25,510

ที่มา: ประมาณการจากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อมูลเบื้องต้นบางประการ

หมายเหตุ: ^{1/} ประมาณการ ณ ห้องที่ขายได้ ที่มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 55^{2/} ผลตอบแทนสุทธิของผลิตภัณฑ์ทั้งสองเป็นการประมาณการโดยยังไม่ได้หักค่าแรงของผู้ประกอบการและพนักงานโรงแรม

3.4.4 กิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม

โรงแรมแห่งนี้มีกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย เนื่องจากเป็นโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานโรงแรมสีเขียว (green hotel) ที่มีกิจกรรมในการดำเนินงานเกี่ยวกับการลดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อม โดยในการคำนวณได้เลือกกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ 6 กิจกรรม ที่สามารถประมาณการออกมาเป็นตัวเงินได้ ดังมีรายละเอียดในแต่ละกิจกรรมพอสังเขปดังนี้ (ดูรายละเอียดต้นทุน-ผลตอบแทนของแต่ละกิจกรรมได้ในตารางที่ 3.8)

1) การเก็บขยะประเภทเศษวัสดุและเศษกิ่งไม้ไปทิ้งแทนการเผา ซึ่งโรงแรมจะต้องเสียค่าเก็บขนครั้งละประมาณ 300 บาท โดยโรงแรมจะมีการเก็บขนขยะประเภทนี้ไปทิ้งปีละประมาณ 10 ครั้ง ดังนั้นโรงแรมจึงมีค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนในการเก็บขนขยะประเภทเศษวัสดุและเศษกิ่งไม้ไปทิ้งประมาณ 3,000 บาท/ปี

2) การชำระค่าธรรมเนียมการจัดเก็บขยะให้กับเทศบาล ซึ่งโรงแรมต้องจ่ายให้กับเทศบาลเป็นประจำทุกเดือนในอัตราเดือนละ 250 บาท ดังนั้นโรงแรมจึงมีค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนในการจัดเก็บขยะประมาณ 3,000 บาท/ปี เช่นเดียวกัน

3) การสูบน้ำออกจากระบบบำบัดน้ำเสีย โดยในแต่ละปีโรงแรมจะมีการสูบน้ำออกจากระบบบำบัดน้ำเสียของตนเองเพื่อนำไปทิ้งจำนวน 3 ครั้ง โดยแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 3,500 บาท ดังนั้นโรงแรมจึงมีค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนในการสูบน้ำออกจากระบบประมาณ 10,500 บาท/ปี

4) การซื้อถังขยะและติดป้ายเพื่อแสดงว่าเป็นถังขยะประเภทใด ซึ่งในแต่ละปีจะมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ประมาณ 5,000 บาท

5) กิจกรรมทั้ง 4 กิจกรรม เป็นต้นทุนของกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมที่โรงแรมต้องแบกรับภาระในแต่ละปี ซึ่งมีต้นทุนรวมทั้งหมดประมาณปีละ 21,500 บาท ดังนั้นเมื่อเทียบกับจำนวนห้องที่ขายได้ต่อปี (6,400 ห้อง) พบว่า โรงแรมจะมีต้นทุนของกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมต่อห้องที่ขายได้ประมาณ 3.36 บาท/ห้อง/วัน หรือเท่ากับ 1,800 บาท/ห้อง/เดือน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3.8)

นอกจาก ต้นทุนส่วนเพิ่มที่เกิดจากการมีกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมดังกล่าวแล้ว โรงแรมยังได้รับประโยชน์ (หรือผลตอบแทน) บางประการจากกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม ดังมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

1) การแยกและนำขยะรีไซเคิล (recycle) ไปจำหน่าย จากกิจกรรมคัดแยกขยะของ โรงแรม ทำให้โรงแรมมีขยะรีไซเคิลที่สามารถนำไปจำหน่ายได้ ซึ่งในแต่ละปีโรงแรมมีรายรับจากการนำขยะรีไซเคิลไปจำหน่ายประมาณ 1,000 บาท

2) การใช้ผ้าเช็ดที่เป็นขวดแก้วแทนขวดพลาสติกในห้องพัก โดยโรงแรมจะให้บริการผ้าเช็ดห้อยละ 2 ขวด ซึ่งแต่เดิมนั้นโรงแรมให้บริการผ้าเช็ดที่เป็นขวดพลาสติก ที่มีราคาเฉลี่ยประมาณขวดละ 4.5 บาท ต่อมาโรงแรมได้เปลี่ยนมาใช้เป็นขวดแก้วแทนขวดพลาสติก ซึ่งมีราคาเฉลี่ยประมาณขวดละ 3.1 บาท²⁹ ทำให้โรงแรมสามารถลดต้นทุนได้ประมาณ 1.4 บาท/ขวด ดังนั้นในแต่ละปีโรงแรมจะได้รับผลตอบแทนจากการเปลี่ยนมาใช้ผ้าเช็ดที่เป็นขวดแก้วประมาณ 21,300 บาท (คิดตามจำนวนห้องที่ขายได้ในแต่ละปี)

จากกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมทั้ง 2 กิจกรรม ทำให้ในแต่ละปี โรงแรมได้รับผลตอบแทนส่วนเพิ่มประมาณ 22,300 บาท หรือคิดเทียบต่อห้องที่ขายได้ในแต่ละปี โรงแรมจะได้รับผลตอบแทนส่วนเพิ่มจากกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมต่อห้องที่ขายได้ประมาณ 3.48 บาท/ห้อง/วัน หรือเท่ากับ 1,900 บาท/ห้อง/เดือน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3.8)

ตารางที่ 3.8 ประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม

กิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม	ต้นทุน (บาท/ปี)	ผลตอบแทน (บาท/ปี)
1. การเก็บขยะประเภทเศษวัสดุและเศษไม้ไปทิ้ง	3,000	-
2. การชำระค่าธรรมเนียมขยะให้กับเทศบาล	3,000	-
3. การสูบน้ำออกจากระบบบำบัดน้ำเสีย	10,500	-
4. การซื้อถังขยะและติดป้าย	5,000	-
5. การแยกและนำขยะรีไซเคิลไปจำหน่าย	-	1,000
6. การใช้ผ้าเช็ดที่เป็นขวดแก้วในห้องพัก (ห้องละ 2 ขวด)	-	21,300
รวม	21,500	22,300
คิดเทียบต่อห้องที่ขายได้ (บาท/ห้องที่ขายได้)	3.36	3.48
คิดเทียบต่อเดือน (บาท/เดือน/ห้องที่ขายได้)	1,800	1,900
ผลตอบแทนสุทธิต่อห้องที่ขายได้ (บาท/วัน)		0.13
ผลตอบแทนสุทธิต่อห้องที่ขายได้ (บาท/เดือน)		100

ที่มา: ประเมินการจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อสมมติเบื้องต้นบางประการ

²⁹ อ้างอิงข้อมูลจาก <https://positioningmag.com/1260720> (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

หากพิจารณาต้นทุน-ผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจากการจัดการและดูแลสิ่งแวดล้อมของ โรงแรมพบว่า ในแต่ละปีโรงแรมจะได้รับผลตอบแทนส่วนเพิ่มจากกิจกรรมการจัดการและดูแล สิ่งแวดล้อมสูงกว่าต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น โดยโรงแรมได้รับผลตอบแทนสุทธิจากกิจกรรม การจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมต่อห้องที่ขายได้ประมาณ 0.13 บาท/ห้อง/วัน หรือเท่ากับ 100 บาท/ห้อง/เดือน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 3.8)

ตารางที่ 3.9 แสดงประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของกิจกรรมการจัดการและ การดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจของกรณีตัวอย่างที่เป็นโรงแรม (บูติก) ในทั้ง 4 กิจกรรมพบว่า หากไม่นับรวมการต่อยอดทางธุรกิจอันเกิดจากการใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ทำให้โรงแรมได้รับผลตอบแทนต่อเดือนสูงถึงประมาณ 25,510 บาท แล้ว กิจกรรมการประหยัด พลังงานเป็นกิจกรรมที่ทำให้โรงแรมได้รับผลตอบแทนส่วนเพิ่มมากที่สุด (คิดเป็นสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 73 ของผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจาก 3 กิจกรรม) รองลงมาได้แก่ กิจกรรมการประหยัดน้ำ ที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 25 ของผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจาก 3 กิจกรรม สำหรับกิจกรรม การจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมที่ส่วนใหญ่เป็นภาระต้นทุนที่โรงแรมต้องแบกรับ แต่ยังคงได้รับ ผลตอบแทนส่วนเพิ่มจำนวนมากจากการเปลี่ยนมาใช้ขวดน้ำที่เป็นขวดแก้วแทนขวดพลาสติก ทำให้กิจกรรมในส่วนนี้ได้รับผลตอบแทนประมาณร้อยละ 2 ของผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจาก 3 กิจกรรม ดังนั้น เมื่อเทียบกับกำไรที่โรงแรมได้รับจากการขายห้องพัก 1 ห้อง การจัดการและการดำเนินงาน ตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจจะมีผลตอบแทนสุทธิในสัดส่วนประมาณร้อยละ 1.05 ของ กำไรจากการขายห้องพัก

ตารางที่ 3.9 ประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทาง การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

การจัดการและการดำเนินงาน	ต้นทุนส่วนเพิ่ม (ต่อห้องที่ขายได้)		ผลตอบแทนส่วนเพิ่ม (ต่อห้องที่ขายได้)		
	บาท/วัน	บาท/เดือน	บาท/วัน	บาท/คน	บาท/เดือน
1. กิจกรรมการประหยัดพลังงาน	-	-	5.83	3.24	3,100
• การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟฟ้าแบบ LED ในห้องพัก	-	-	0.62	0.34	330
• การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟฟ้าแบบ LED ในพื้นที่อื่นๆ	-	-	1.75	0.97	930
• การเปลี่ยนมาใช้เสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าแบบ โซล่าเซลล์	-	-	0.75	0.42	400
• การทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ	-	-	2.71	1.51	1,440
2. กิจกรรมการประหยัดน้ำ			1.96	1.08	1,040
• การเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัด	-	-	1.40	0.77	740
• การเชิญชวนและรณรงค์ให้ผู้เข้าพัก ใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ	-	-	0.56	0.31	300

ตารางที่ 3.9 (ต่อ)

การจัดการและการดำเนินงาน	ต้นทุนส่วนเพิ่ม (ต่อห้องพักขายได้)		ผลตอบแทนส่วนเพิ่ม (ต่อห้องพักขายได้)		
	บาท/วัน	บาท/เดือน	บาท/วัน	บาท/คน	บาท/เดือน
3. กิจกรรมการใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน			1,167		25,510
• ผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ	-	-	10		5,330
• ผลิตภัณฑ์กาแฟ	-	-	1,150		20,180
4. กิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม			0.13		100
• การเก็บขยะประเภทเศษวัสดุและเศษไม้ไปทิ้ง	8.33	250	-	-	-
• การชำระค่าธรรมเนียมขยะให้กับเทศบาล	8.33	250	-	-	-
• การสูบน้ำออกจากระบบบำบัดน้ำเสีย	29.33	880	-	-	-
• การซื้อถังขยะและติดป้าย	14.00	420	-	-	-
• การแยกและนำขยะรีไซเคิลไปจำหน่าย	-	-	2.67	-	100
• การใช้น้ำดื่มที่เป็นขวดแก้วในห้องพัก	-	-	59.33	-	1,800
ราคาห้องพักที่ขายได้ (บาท/ห้อง/คืน)			1,900		
ต้นทุนการดำเนินการ (ประมาณร้อยละ 60 ของรายรับ)	1,140	608,000	760	420	405,330
สัดส่วนต้นทุน-ผลประโยชน์จากการจัดการ และการดำเนินงานตามแนวทาง การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ (ไม่นับรวมกิจกรรมที่ 3)	-	-		1.05	

ที่มา: ประมาณการจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อสมมติเบื้องต้นบางประการ

อย่างไรก็ตาม หนึ่งในผลประโยชน์ที่มีได้นำมาคำนวณเป็นตัวเงินในครั้งนี้ คือ คุณค่าของโรงแรมที่เกิดขึ้นจากการจัดการและการดำเนินงานตามมาตรฐานโรงแรมสีเขียว และตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมซึ่งมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ในการเป็น green hotel ให้กับโรงแรมแห่งนี้ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักของผู้เข้าพักบางกลุ่มและยังช่วยให้โรงแรมสามารถขายห้องพักได้ในราคาเพิ่มขึ้น จากการศึกษาของ กฤษฎา ดิยวิวัฒนากุล และโสสมสกว เพชรานนท์ (2559) ในกรณีศึกษาของโรงแรมสีเขียวที่เกาะเสม็ด พบว่า ความเป็นโรงแรมสีเขียวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าพักโรงแรมสีเขียวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะบุคคลที่ตระหนักและให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงบุคคลที่ต้องการมีส่วนร่วมในการรักษาสีเขียว ซึ่งมักจะรู้จักโรงแรมสีเขียวเป็นอย่างดี ในงานศึกษาชิ้นเดียวกันนี้ยังประเมินให้เห็นในเชิงประจักษ์ว่า ธุรกิจที่พักที่มีการบริหารจัดการเป็นโรงแรมสีเขียว (green hotel) มีการดำเนินงานในเรื่องการจัดการพลังงาน การจัดการน้ำเสีย และการจัดการขยะ เป็นคุณลักษณะสำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ให้ราคาแพงหรือความเต็มใจจ่ายส่วนเพิ่มประมาณ 65-250 บาท/คืน

3.5 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นต่อการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

ภาครัฐควรมีนโยบายสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจทางธุรกิจที่เพียงพอในการจูงใจให้ผู้ประกอบการโรงแรมหันมาจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เช่น การกำหนดระเบียบราคาที่พัก (สำหรับการเบิกจ่ายทางราชการ) ให้มีระดับราคาสูงขึ้นหากเลือกพักโรงแรมที่เป็น green hotel หรือมีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจลดค่าขยะให้กับโรงแรมที่มีการคัดแยกและจัดการขยะที่ถูกต้อง รวมถึงการลดค่าไฟฟ้าและค่าน้ำให้หากมีการประหยัดพลังงานและน้ำ แต่ทั้งหมดนี้ต้องมีงานวิจัยและมีข้อมูลทางวิชาการมาสนับสนุน

สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ คือ

1) เจ้าของกิจการ (มีความสำคัญสูงถึงร้อยละ 80) ต้องมีวิสัยทัศน์และมีความสนใจที่จะปรับเปลี่ยนมาจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ซึ่งจะทำให้พนักงานมีความศรัทธา เชื่อมั่น และเห็นว่าการจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นสิ่งสำคัญ

2) ต้องสร้างแรงจูงใจทางธุรกิจที่เพียงพอในการจูงใจให้ผู้ประกอบการโรงแรมหันมาจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เช่น การกำหนดระเบียบราคาที่พักให้มีระดับราคาสูงขึ้นหากเลือกพักโรงแรมที่มีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ลดค่าขยะให้กับโรงแรมที่มีคัดแยกและจัดการขยะที่ถูกต้อง การลดค่าไฟฟ้าและค่าน้ำให้หากมีการประหยัดพลังงานและน้ำ

ส่วนปัญหาหลักในการปรับเปลี่ยนมาจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบคือ ต้นทุนในการเปลี่ยนที่สูง และนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่มีอยู่ในปัจจุบันยังไม่เหมาะกับโรงแรมขนาดเล็ก รวมทั้งองค์ความรู้ที่สนับสนุนการปรับเปลี่ยน และการสร้างความเข้าใจให้ผู้ประกอบการทราบว่า การดำเนินการเหล่านี้จะทำให้ได้รับประโยชน์ในระยะยาว ดังนั้น ภาครัฐจึงควรมีนโยบายที่เป็นแรงจูงใจทางธุรกิจที่ทำให้ผู้ประกอบการมีกำไรเพิ่มขึ้น (รายรับเพิ่ม หรือต้นทุนลดลง เนื่องจากผู้ประกอบการสนใจเรื่องกำไรเป็นสิ่งสำคัญ) ผนวกกับการให้ความรู้กับผู้ประกอบการในการปรับเปลี่ยนหรือประยุกต์มาตรฐานที่กำหนดมาใช้ให้เหมาะสมกับตนเอง (กำหนดมาตรฐานบวกกับความรู้ในการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับตนเอง) โดยผ่านการดูงาน หรือมีต้นแบบที่ประสบความสำเร็จให้เรียนรู้ ■

ตอนที่ 4

กรณีศึกษาธุรกิจ ร้านอาหารอินทรีย์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดเชียงใหม่

บทนี้เป็นการนำเสนอกรณีศึกษาการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อกรณีของธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์ที่มีการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro-tourism) ที่อยู่บนพื้นฐานของการทำการเกษตรอินทรีย์ (organic agriculture) แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการจัดการและการดำเนินงานร้านอาหารอินทรีย์ และพยายามพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบต่าง ๆ ที่อยู่ในลักษณะของฟาร์มอินทรีย์ (organic farm) มานานกว่า 7 ปี นอกจากนี้ ผู้ประกอบการรายนี้ยังเป็นคนรุ่นใหม่ที่ได้ตัดสินใจกลับมาบ้านเกิดเพื่อทำการเกษตรอินทรีย์ สำหรับผลที่พบได้แก่ร้านอาหารอินทรีย์ของตนเอง รวมทั้งการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro-tourism) ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การทำนาโยน การเก็บพืชผักในฟาร์มมาประกอบอาหาร เป็นต้น และการพยายามใช้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการทำการตลาด ประชาสัมพันธ์ และหากกลุ่มลูกค้าเฉพาะที่มีคุณภาพตรงตามเป้าหมายของตนเอง รวมถึงการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายภายในชุมชนจนเกิดมาเป็นการท่องเที่ยว (โดย) ชุมชนออนใต้ นอกจากนี้ ยังมีการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการเชื่อมโยงงบประมาณและโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐเข้ามาพัฒนาท้องถิ่นของตนเองอีกด้วย

เนื้อหาที่นำเสนอในบทนี้แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ เริ่มจากการนำเสนอถึงสถานการณ์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของร้านอาหารอินทรีย์ที่เป็นกรณีศึกษา เพื่อให้ทราบถึงความเป็นมาและการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ต่อมาจะเป็นการนำเสนอถึงการจัดการและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ โดยการจำแนกออกเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะที่เป็นไปตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ หลังจากนั้นเป็นการนำเสนอผลของการจัดการและการดำเนินงาน

ตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจต่าง ๆ ที่ดำเนินการโดยร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ โดยข้อมูลและสารสนเทศที่นำเสนอในสามส่วนแรกจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ สำหรับส่วนที่สี่เป็นการนำข้อมูลจากสามส่วนแรกมาวิเคราะห์เพื่อประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจในกิจกรรมที่สำคัญ 3 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง กิจกรรมร้านอาหารอินทรีย์ และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการนำเสนอผลการประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนออกมาในรูปแบบที่เป็นตัวเงิน (monetary term) ส่วนสุดท้ายเป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ ซึ่งเป็นมุมมองจากประสบการณ์ของผู้ประกอบการ อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางนโยบายและ/แนวทางในการจัดการและการดำเนินงานที่เป็นไปตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

4.1 สถานการณ์และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้เปิดดำเนินการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2561¹ ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 4 ไร่ ในตำบลออนใต้ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มีลักษณะเป็นร้านอาหารที่มีการประกอบอาหารจากพืชผักอินทรีย์ หรืออาหารเกษตรอินทรีย์ (organic food) โดยต้องใช้พืชผักที่มีการเพาะปลูกตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ คือ เป็นผลผลิตทางการเกษตรที่เพาะปลูกจากเมล็ดพันธุ์ที่ไม่มีการตัดต่อพันธุกรรม ไม่ใช้วัตถุสังเคราะห์ใดๆ ในการเพาะปลูกไม่ว่าจะเป็นปฏิกิริยาเคมีหรือสารเคมีกำจัดศัตรูพืช และจะต้องมีการเตรียมหน้าดินก่อนการปลูกโดยวิธีธรรมชาติ คือ ต้องทำให้นดินปลอดสารพิษ/สารเคมีไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้มีพื้นที่ส่วนหนึ่ง (ประมาณ 2 งาน) จัดทำเป็นสวนผักที่ปลูกพืชผักอินทรีย์ที่หลากหลาย ลูกค้าสามารถนำพืชผักจากสวนดังกล่าวมาปรุงอาหารพื้นเมืองด้วยตนเอง/ให้ร้านปรุงให้ตามแนวคิด farm to table ได้²

พ.ศ. 2556 ก่อนที่จะมีการประกอบการธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์บนที่ตั้งปัจจุบัน ผู้ประกอบการร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้เคยมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์

¹ ร้านอาหารอยู่ในแผนการลงทุน 10 ปี ของผู้ประกอบการรายนี้ โดยเริ่มต้นจากเฟสการพัฒนา (เฟสแรกเรียนรู้เรื่องข้าว ต่อมาเรียนรู้เรื่องผัก) ปัจจุบันเป็นเฟสสุดท้ายของการลงทุน (มีแผนที่จะทำ farm shop) ซึ่งที่ผ่านมาในพื้นที่ 4 ไร่ มีการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ส่วนที่บ่าก็ยังคงทำการผลิตข้าวซึ่งสามารถทำได้ปีละ 1 ครั้ง ขณะเดียวกัน ก็ทำสวนผักอินทรีย์ในพื้นที่ 2 งาน ไปพร้อมๆ กัน (การเกษตรอินทรีย์มีมาตรฐานกำกับเกี่ยวกับกระบวนการผลิตและการรับรองแปลงปลูก) เพื่อนำผักในสวนมาเป็นวัตถุดิบในร้านอาหาร (ร้านอาหารใช้ข้าว และพืชผักจากบ่าและสวนของผู้ประกอบการเอง)

² แปลงผักที่เป็นเกษตรอินทรีย์ของร้านอาหารแห่งนี้ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์แล้ว

ในพื้นที่อื่นของตำบลอนไต้มาก่อน³ โดยตั้งใจให้เมนูอาหารที่จำหน่ายในร้านเป็นการแปรรูปจากวัตถุดิบที่ได้มาจากเกษตรอินทรีย์ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ร้านอาหารดังกล่าวต้องปิดตัวลงหลังจากเปิดดำเนินการได้เพียง 2 เดือน เนื่องจากผลผลิตทางการเกษตรที่นำมาใช้ในร้านอาหารเป็นพืชผักที่ซื้อจากตลาดทั่วไป ซึ่งไม่ใช่ผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์ที่แท้จริง⁴ และไม่สามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบได้ตามที่ต้องการ ทำให้ไม่ตรงตามลักษณะของร้านอาหารอินทรีย์ และไม่ตอบโจทย์ของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการรับประทานอาหารจากผลิตผลของเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะ (niche market) โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริหารหรือผู้นำองค์กรต่าง ๆ

จากการที่ไม่ประสบความสำเร็จในการเปิดร้านอาหารอินทรีย์ในครั้งแรก ทำให้ผู้ประกอบการมีความรอบคอบมากขึ้นและหันมาผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในการประกอบอาหารด้วยตนเอง เพื่อให้สามารถควบคุมคุณภาพได้ โดยเริ่มจากช่วงประมาณ พ.ศ. 2560 ผู้ประกอบการได้หันมาปลูกข้าวในลักษณะของนาอินทรีย์ในพื้นที่ของตนเอง (เนื้อที่ประมาณ 6 ไร่) แบ่งเป็น ข้าว 3 ประเภท คือ ข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียว และข้าวไรซ์เบอร์รี่ ซึ่งจะถูกนำไปสีและบรรจุเป็นถุงละ 1 กิโลกรัม เพื่อจำหน่ายในราคา 80-100 บาทต่อถุง (ขึ้นอยู่กับแหล่งจำหน่าย) ในกรณีที่จำหน่ายในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และจำหน่ายในราคาถุงละ 120 บาท ในกรณีที่ไปออกบูธในงานแสดงสินค้าที่กรุงเทพฯ (ขายข้าวในราคาที่สูงกว่าท้องตลาด เนื่องจากเป็นข้าวอินทรีย์) สำหรับพื้นที่ 6 ไร่สามารถผลิตข้าวอินทรีย์ได้ประมาณ 2 ตัน ซึ่งไม่เพียงพอที่จะทำตลาดและขายตลอดทั้งปี จึงมีการรวบรวมผลผลิตข้าวอินทรีย์จากเกษตรกรรายอื่น ๆ ซึ่งในแต่ละปีจะสามารถขายข้าวได้ประมาณ 5 ตัน (ปริมาณข้าวเปลือก) โดยประมาณร้อยละ 40 ของรายรับจากการขายข้าวทั้งหมดเป็นการขายตามโรงแรม ขายเป็นของฝากในลักษณะของกระเช้า และมีการออกบูธ ทั้งนี้รายได้จากการจำหน่ายผลผลิตข้าวในช่วง 2 ปี (พ.ศ. 2560-2561) ทำให้ผู้ประกอบการมีเงินทุนประมาณ 8 แสนบาทสำหรับการลงทุนดำเนินกิจการร้านอาหารอินทรีย์อีกครั้งบนที่ตั้งในปัจจุบัน⁵

หลังจากเปิดร้านอาหารอินทรีย์อีกครั้งเมื่อ พ.ศ. 2561 ผู้ประกอบการได้ให้ความสำคัญกับการทำการตลาดเชิงรุกที่ตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่สนใจเรื่องเกษตรอินทรีย์และอาหารเกษตรอินทรีย์ (หรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า อาหารออร์แกนิก) โดยในระยะแรกมุ่งเป้าไปที่ตลาดกลุ่มดูงานและกรุ๊ปทัวร์ที่สนใจดูงานและเรียนรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์ โดยให้ความสำคัญกับการติดต่อประชาสัมพันธ์กับผู้ที่มีความสนใจเกี่ยวกับการดูงานและการมาเรียนรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์มากกว่าที่จะเป็นลูกค้าโดยทั่วไป หลังจากเปิดร้านอาหารอินทรีย์ได้ประมาณหนึ่งเดือนจึงหาโอกาสเข้าไปแนะนำตัวกับผู้บริหารของหน่วยงานราชการ โรงเรียน ฯลฯ เพื่อทำการตลาด

³ ลงทุนประมาณ 1 ล้านบาท ในการทำร้านอาหารบนที่ดินประมาณ 2 ไร่ (ไม่รวมค่าที่ดิน) โดยทำอยู่ประมาณ 2 เดือน แต่ไม่ได้อะไรตอบแทน (return) ที่คุ้มค่ากับการลงทุน (ไม่ประสบความสำเร็จ) จึงย้ายมาดำเนินธุรกิจบนพื้นที่ปัจจุบัน (เนื้อที่ประมาณ 4 ไร่) ใน พ.ศ. 2559 (เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการประมาณ พ.ศ. 2561)

⁴ การเป็นร้านอาหารอินทรีย์ วัตถุดิบที่ใช้ทั้งหมดต้องเป็นวัตถุดิบที่เป็นเกษตรอินทรีย์มิใช่ซื้อจากตลาดทั่วไป

⁵ ปัจจุบันผู้ประกอบการรายนี้มีแนวคิดที่จะหันมาผลิตพันธุ์ข้าวแบบการค้าเพื่อขายข้าว โดยจะมีการรับซื้อข้าวจากเกษตรกรที่มาซื้อพันธุ์ข้าวของตนเองไปปลูก

กลุ่มตลาดดูงานและกิจกรรมฐานเรียนรู้ โดยพยายามนำเสนอในรูปแบบของฟาร์มเกษตรอินทรีย์ และอาหารเกษตรอินทรีย์ (organic farm and food) ด้วยแนวทางการทำการตลาดอย่างเข้มข้น และเชิงรุกทำให้ตลาดดูงานของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น (มีการติดต่อเข้ามาดูงานและทำกิจกรรมในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง) โดยกิจกรรมที่นำเสนอในช่วงแรก เป็นการจัดกิจกรรมนาโยน (ภายใต้ชื่อกิจกรรมว่า “ไฮโซบ้านนา” โดยขายกิจกรรมในราคา 500 บาท/คน) ร่วมกับกิจกรรมการเกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ปัจจุบัน (พ.ศ. 2563) ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ มีการแบ่งพื้นที่ส่วนหนึ่งประมาณ 2 งาน สำหรับปลูกผักแบบเกษตรอินทรีย์⁶ ซึ่งส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 90) เป็นผักพื้นเมืองตามฤดูกาล เช่น ผักเชียงดา ผักหวานบ้าน เป็นต้น และส่วนที่เหลือจะเป็นการปลูกผักชนิดอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในร้านอาหาร เช่น ผักสลัด (สำหรับตกแต่งจานอาหาร) หรือพืชผักสวนครัว โดยผลผลิตที่ได้จากสวนผักทั้งหมดถูกนำมาใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหารในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเองเท่านั้น ไม่มีเหลือสำหรับนำไปจำหน่ายในท้องตลาดทั่วไป ซึ่งการที่ผู้ประกอบการใช้ผลผลิตจากแปลงผักของตนเองที่มีการปลูกตามแบบเกษตรอินทรีย์ ทำให้สามารถควบคุมคุณภาพของวัตถุดิบได้ และส่งผลให้อาหารทุกเมนูที่ขายในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเองเป็นอาหารเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริง (real organic food) ซึ่งตรงตามความต้องการของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ในบางครั้งที่ผลผลิตจากแปลงผักที่ปลูกเองภายในฟาร์มไม่เพียงพอต่อการประกอบอาหาร ผู้ประกอบการได้ดำเนินการสั่งซื้อผักจากกลุ่มเครือข่ายผู้ปลูกผักแบบเกษตรอินทรีย์ในพื้นที่มาใช้ทดแทนหรือเสริม ในขณะที่ข้าวที่ใช้ภายในร้านอาหารอินทรีย์เป็นผลผลิตจากการทำนาโยนแบบอินทรีย์ของผู้ประกอบการเอง

สำหรับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro-tourism) ของธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ เป็นกิจกรรมในลักษณะของการให้นักท่องเที่ยว/ผู้มาใช้บริการเข้าไปเก็บผลผลิตจากแปลงผักของฟาร์ม (ในพื้นที่ 2 งาน) เพื่อนำมาประกอบอาหาร ซึ่งมีการดำเนินการนับตั้งแต่เริ่มดำเนินกิจการร้านอาหารอินทรีย์ และถือเป็นส่วนหนึ่งของโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village: CIV) ที่ตำบลออนใต้ได้รับคัดเลือกจากศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 กระทรวงอุตสาหกรรม ให้เป็นหนึ่งในพื้นที่ดำเนินโครงการของกลุ่มจังหวัดในภาคเหนือตอนบน โดยมุ่งที่จะใช้การท่องเที่ยวในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และผลผลิตทางการเกษตร โดยในระยะแรกของการดำเนินกิจการร้านอาหารอินทรีย์ (ก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19) พบว่า กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มตลาดดูงาน ทั้งในระดับนักเรียน นักศึกษา ผู้บริหารหน่วยงานต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นผลประโยชน์ที่ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ได้รับจากโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (CIV) ของชุมชนออนใต้

⁶ ครอบครัวของผู้ประกอบการเริ่มทำเกษตรอินทรีย์ครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2558 โดยในขณะนั้นมีคนเข้ามาส่งเสริมให้ทำ (พ่อและแม่เป็นคนทำ มีใช้ตนเอง) และสัญญาว่าจะมารับซื้อผลผลิต แต่เมื่อผลผลิตออกมาแล้วปรากฏว่าคนที่มาส่งเสริมให้ปลูกไม่ได้เข้ามารับซื้อตามสัญญา

ที่ผ่านมาผู้ประกอบการร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ในลักษณะของการประชาสัมพันธ์ที่ทำให้ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้เป็นที่รู้จักของลูกค้ายิ่งขึ้น โดยเฉพาะกระทรวงอุตสาหกรรมที่นอกจากจะเข้ามาสนับสนุนโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village: CIV) ที่ทำให้ตำบลออนใต้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปแล้วยังให้ความรู้ เป็นพี่เลี้ยง และให้คำแนะนำในการทำการตลาดกับร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ ในขณะที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ช่วยผลักดันตลาดให้ก้าวไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (กลุ่มลูกค้าที่สนใจเรื่องอาหารเกษตรอินทรีย์) ได้เร็วขึ้น โดยการเชื่อมกับตัวกลางท่องเที่ยว (เช่น บริษัทนำเที่ยว) ทั้งในระดับท้องถิ่น (local) และระดับนานาชาติ (international) รวมถึงการส่งทีมงานเข้ามาช่วยในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวภายในตำบลออนใต้ โดยใช้เกษตรอินทรีย์เป็นหนึ่งในจุดขายของเส้นทางท่องเที่ยวของตำบลออนใต้

อย่างไรก็ตาม นอกจากร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้จะได้รับอานิสงส์ในเรื่องของตลาดที่เป็นกลุ่มดูงานจากโครงการ CIV แล้ว ผู้ประกอบการยังได้มีการขยายกลุ่มลูกค้าหรือทำการตลาดด้วยตนเอง โดยมีการขายโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร (package tour) ให้กับบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ⁷ ในขณะที่ลูกค้ากลุ่มทั่วไปที่แวะมารับประทานอาหารที่ร้าน (walk-in) ในระหว่างที่มาท่องเที่ยวภายในพื้นที่ตำบลออนใต้ หรือมาท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงยังเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีสัดส่วนค่อนข้างน้อย (ประมาณร้อยละ 1 ของกลุ่มลูกค้าทั้งหมดของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้) ทั้งนี้ ลูกค้าของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้จะไม่มีความเป็นฤดูกาล (non-seasonality) เนื่องจาก ผู้ประกอบการได้มีการทำการตลาดเชิงรุกหลากหลายรูปแบบ เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่าน Facebook การขายโปรแกรมท่องเที่ยวให้กับบริษัททัวร์ เป็นต้น โดยมีเป้าหมายที่จะต้องหาลูกค้าให้ได้สัปดาห์ละ 4 กลุ่ม (กลุ่มละประมาณ 30 คน) ในทุก ๆ เดือน ตลอดทั้งปี

ปัจจุบัน ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนออนใต้ไม่ใช่เป็นการดำเนินธุรกิจของนักลงทุนที่เข้ามาลงทุนในภาคเกษตรหรือมาเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากชุมชน จุดแข็งของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้คือ แนวทางการทำการตลาดเชิงรุกที่ทำให้ธุรกิจมีตลาดเป็นของตนเอง รวมทั้งการทำตลาดใหม่และย้ำตลาดเดิมอยู่เสมอ สำหรับการจัดกิจกรรมก็จะพึ่งพาและใช้คนท้องถิ่นที่อยู่ในชุมชนเป็นอันดับแรก เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและการเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจร่วมกันของคนในชุมชน

⁷ หากเป็นการขายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในชุมชน (เส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชนตามโครงการ CIV) ผู้ประกอบการจะได้ค่า commission ร้อยละ 10 จากการขายกิจกรรมให้แก่แต่ละกรุ๊ปทัวร์ ทั้งนี้ถ้าเป็นการขายกิจกรรมด้วยตนเอง ผู้ประกอบการจะได้รับรายได้ทั้งหมด แต่ถ้าหากขายผ่านชุมชนจะถูกหักร้อยละ 10 (รายได้จากการขายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ที่ประมาณ 30,000 บาท/ปี)

4.2 การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้มีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ (responsible tourism) ในรูปแบบของการทำการเกษตรแบบอินทรีย์ทั้งการทำนาโยนและการปลูกผัก รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เป็นเกษตรอินทรีย์ซึ่งทำให้ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม (หรือเป็นการช่วยลดผลกระทบเชิงลบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ) ในขณะเดียวกันก็มีการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และผลผลิตทางการเกษตรจากการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่เป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้รับความรู้เกี่ยวกับการทำการเกษตรแบบอินทรีย์ และรู้จักพืชผักพื้นเมืองจากวิทยากรที่ให้ความรู้ (เป็นวิทยากรชุมชน) รวมทั้งยังได้รับความสนุกสนานจากการทำกิจกรรมเก็บผักในสวนแล้วนำมาประกอบอาหาร ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาหารพื้นเมืองแบบง่าย ๆ นอกจากนี้ กิจกรรมท่องเที่ยวดังกล่าวยังก่อให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นและมีการกระจายรายได้สู่ชุมชนในลักษณะของการเชื่อมโยงผลประโยชน์สู่ชุมชนท้องถิ่นที่แตกต่างกันตามความพร้อมและศักยภาพของกลุ่ม เช่น การซื้อวัตถุดิบบางอย่างในการประกอบอาหารจากภายในชุมชน การนำเสนอโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรภายในชุมชนให้กับกลุ่มดูงานจากที่ต่าง ๆ การแนะนำและส่งต่อลูกค้าให้กับกลุ่มต่าง ๆ ภายในชุมชน การจัดเส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชนร่วมกับคนท้องถิ่น เป็นต้น

ในช่วงแรกของการดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร (ก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19) กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักจะประกอบด้วยกลุ่มศิษย์ดูงาน ทั้งในระดับนักเรียน นักศึกษา ผู้บริหารหน่วยงานต่าง ๆ และนักท่องเที่ยวที่ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว ซึ่งก่อนที่บริษัทนำเที่ยวจะนำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ไปเสนอขายให้กับนักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวจะต้องมีการลงพื้นที่เพื่อมาสำรวจความพร้อมของสถานที่ในการรองรับนักท่องเที่ยว ความน่าสนใจของกิจกรรมท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ได้มีการตั้งงบประมาณสำหรับการดูแลให้บริการบริษัทนำเที่ยวเหล่านี้ไว้ประมาณ 20,000 บาท/เดือน อย่างไรก็ตาม กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร (อินทรีย์) โดยส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 90) จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มาจากการนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวของตำบลออนใต้ ที่มีร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวของเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าวมากกว่าจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่สนใจเข้ามาทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรและรับประทานอาหารที่ร้านโดยตรง ซึ่งมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 10 ของกลุ่มลูกค้าทั้งหมดของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้

อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ทำให้ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้มีโอกาสดำเนินการถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่เคยวางไว้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในลักษณะของการทำเกษตรแบบอินทรีย์อย่างแท้จริง และเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับอาหารเกษตรอินทรีย์ (organic food) โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ (high-end) ที่พร้อมที่จะจ่ายค่ากิจกรรมท่องเที่ยวและค่าอาหารที่สูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทศึกษาดูงานหรือกลุ่มกรุ๊ปทัวร์ (group tour) ทั้งนี้ เนื่องจากสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาดูงานและกลุ่มที่ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว (โดยเฉพาะชาวต่างชาติ) หายไป ผู้ประกอบการจึงค้นหากลุ่มลูกค้าใหม่ด้วยการทำการตลาดเชิงรุกมากขึ้น โดยเริ่มมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ซึ่งทำให้เริ่มมีกลุ่มลูกค้าในรูปแบบของครอบครัวที่สนใจและต้องการมาทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและผ่อนคลายความเครียดจากการที่ไม่สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ที่ห่างไกลได้ให้ความสนใจซื้อกิจกรรมท่องเที่ยวดังกล่าวของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้มากขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถจำหน่ายกิจกรรมท่องเที่ยวได้ในราคาที่สูงขึ้น คือ จากเดิมที่กำหนดราคาไว้ที่ 100 บาท/คน เพิ่มขึ้นเป็น 350 บาท/คน และในกรณีที่ลูกค้าสนใจรับประทานอาหารเกษตรอินทรีย์ (ออร์แกนิก) ที่ร้าน (นอกเหนือจากการประกอบอาหาร 1 เมนู ที่รวมอยู่ในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร) ก็สามารถกำหนดราคาได้สูงขึ้นเป็น 650-900 บาท/คน (ในขณะที่ต้นทุนอยู่ที่ประมาณ 50 บาท/คน) ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ลูกค้ากลุ่มครอบครัวทำให้ผู้ประกอบการมีกำไรเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 40-50 เมื่อเทียบกับกลุ่มดูงานและกรุ๊ปทัวร์

ทั้งนี้ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า การเตรียมความพร้อมในการยกระดับคุณภาพการให้บริการ เพื่อมุ่งสู่ตลาดลูกค้าเป้าหมายที่เป็นตลาดคุณภาพ (high-end) ต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 1 ปี ในการเตรียมความพร้อม ซึ่งในช่วงเวลาที่มีการเตรียมความพร้อมดังกล่าว ทางร้านก็มีรายได้จากลูกค้ากลุ่มศึกษาดูงาน (mass tourists) มาช่วยรองรับค่าใช้จ่ายหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับทั้งร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ และชุมชนรอบในได้

นอกเหนือจากการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (อินทรีย์) แล้ว ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ยังมีการดำเนินงานในลักษณะของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้หลอดไฟฟ้าแบบประหยัดไฟภายในร้านทั้งหมด มีการใช้ระบบไฟฟ้าโซล่าเซลล์สำหรับให้แสงสว่างในพื้นที่กลางแจ้ง รวมถึงการใช้ระบบไฟฟ้าโซล่าเซลล์เป็นแหล่งให้พลังงานไฟฟ้าสำหรับเครื่องปั๊มน้ำภายในฟาร์ม ในขณะที่แปลงผักก็มีการวางระบบสปริงเกอร์แบบอัตโนมัติเพื่อให้หน้าผักในแปลงตั้งแต่เริ่มแรกที่มีการดำเนินธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์ ส่วนการจัดการขยะเศษอาหาร ก็มีการคัดแยกเศษอาหารเพื่อนำไปมอบให้กับเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่สำหรับเป็นอาหารเลี้ยงไก่ ทั้งนี้ ขยะจากร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้โดยส่วนใหญ่จะเป็นขยะอินทรีย์ ส่วนขยะพลาสติกจะมีเพียงถุงพลาสติก สำหรับกล่องบรรจุอาหารที่ลูกค้าซื้อกลับบ้าน ทางร้านจะใช้กล่องที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ขวดบรรจุน้ำดื่มก็เลือกขวดที่เป็นขวดแก้ว โดยทางร้านจะมีการคัดแยกขยะที่สามารถนำไปรีไซเคิลได้ เช่น ขวดแก้ว หลอดดูด ฯลฯ เพื่อจำหน่ายให้กับร้านขายของเก่า

4.3 ผลของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

การนำเสนอภายใต้หัวข้อนี้มีการแยกส่วนให้เห็นถึงรายรับที่ได้รับและต้นทุนที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมที่มีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ก่อนที่จะนำทั้งรายรับและต้นทุนมาวิเคราะห์ถึงผลตอบแทนของแต่ละกิจกรรม ซึ่งจะอยู่ในหัวข้อถัดไป สำหรับรายละเอียดของรายรับและต้นทุนของแต่ละกิจกรรมที่มีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ มีรายละเอียดในแต่ละประเด็นพอสังเขปดังนี้

4.3.1 รายรับจากกิจกรรมที่มีการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

1) กิจกรรมการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง

ก่อนที่จะเปิดร้านอาหารอินทรีย์อย่างเป็นทางการใน พ.ศ. 2561 ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ได้ดำเนินธุรกิจการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงจำหน่าย (ปัจจุบันมีการนำข้าวของตนเองประมาณครึ่งหนึ่งมาใช้ในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเองแทนการบรรจุถุงเพื่อจำหน่าย) โดยในช่วงสองปีแรก (พ.ศ. 2560-2561) ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ (หรือธุรกิจฟาร์มอินทรีย์) สามารถขายข้าวได้ประมาณปีละ 5 ตัน (คิดเป็นข้าวสารประมาณ 3.0-3.3 ตัน⁸) โดยเป็นข้าวเปลือกที่มาจากนาข้าวของตนเองประมาณ 2 ตัน (พื้นที่ 6 ไร่) ส่วนที่เหลืออีก 3 ตัน เป็นการรับซื้อข้าวเปลือกจากผู้ปลูกข้าวแบบอินทรีย์ที่เป็นเครือข่ายและอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อนำมาสีแล้วบรรจุถุงในขนาดถุงละ 1 กิโลกรัม⁹ ก่อนนำไปจำหน่ายในระดับราคาที่แตกต่างกัน ซึ่งหากเป็นการจำหน่ายให้กับลูกค้าที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่จะจำหน่ายในราคาถุงละ 80-100 บาท แต่ถ้าหากไปขายตามงานแสดงสินค้าที่กรุงเทพฯ จะจำหน่ายในราคาถุงละ 120 บาท (บวกค่าขนส่งและต้นทุนการไปออกงานแสดงสินค้า) ทั้งนี้ ในการกำหนดราคาข้าวสารบรรจุถุงในระดับราคาดังกล่าว ผู้ประกอบการใช้การเทียบเคียงกับราคาข้าวสารอินทรีย์ที่วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าในเชียงใหม่ เช่น ริมปิงซูเปอร์มาร์เกต เป็นต้น ซึ่งมีราคาจำหน่าย โดยเฉลี่ยประมาณ 120 บาท/กิโลกรัม โดยข้าวสารบรรจุถุงที่จำหน่ายประกอบด้วย ข้าวหอมมะลิ ข้าวเหนียว และข้าวไรซ์เบอร์รี่

⁸ ตามข้อมูลของกรมส่งเสริมสหกรณ์ ข้าวเปลือก 1,000 กิโลกรัม สามารถสีเป็นข้าวสารได้ประมาณ 660 กิโลกรัม

⁹ กยอยสักรังละ 500 กิโลกรัม ซึ่งสามารถนำไปขายได้หมดภายใน 1 เดือน

ทั้งนี้ ด้วยแนวทางการทำการตลาดเชิงรุก ผู้ประกอบการจึงมีการจำหน่ายข่าวสารบรรจุถุงให้กับลูกค้าที่หลากหลาย ทั้งการจำหน่ายให้กับหน่วยงานราชการต่าง ๆ รวมถึงลูกค้าที่มีการสั่งซื้อจากการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook เป็นต้น ในบางครั้งก็มีการจัดจำหน่ายข่าวสารบรรจุถุงในลักษณะของที่ระลึกหรือกระเช้าสำหรับโอกาสพิเศษต่าง ๆ รวมทั้งการจำหน่ายในการออกบูธเพื่อการประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่กรุงเทพฯ และการวางจำหน่ายโดยตรงที่ร้านอาหารอินทรีย์ของตนเองเพื่อขายให้กับลูกค้า (หรือนักท่องเที่ยว) ที่มารับประทานอาหารที่ร้าน

จากการประมาณการปริมาณข่าวสารที่สามารถผลิตได้จากข้าวเปลือก 5 ตัน ในช่วง พ.ศ. 2560-2561 พบว่า ผู้ประกอบการจะมีรายรับจากการจำหน่ายข่าวสารที่ยังไม่หักต้นทุนประมาณ ไม่ต่ำกว่า 300,000 บาท/ปี โดยจะเป็นรายรับที่ได้จากการจำหน่ายข่าวสารในส่วนของตนเอง (ประมาณ 2 ตัน/ปี) ประมาณร้อยละ 40 ของรายรับจากการขายข้าวทั้งหมด¹⁰ สำหรับ พ.ศ. 2562 ก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายข่าวสารบรรจุถุงได้ประมาณ 1 ตัน (ครึ่งหนึ่งจากเดิม) คิดเป็นรายรับประมาณ 80,000 บาท เนื่องจาก ข้าวสารส่วนหนึ่งถูกนำมาใช้ในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเอง¹¹ ทำให้ผู้ประกอบการสูญเสียตลาดเดิมที่เป็นตลาดออนไลน์ (มีลูกค้าที่ซื้อข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงเหลืออยู่ประมาณร้อยละ 40 จากเดิม)

2) กิจกรรมร้านอาหารอินทรีย์

ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า การดำเนินงานของร้านอาหารอินทรีย์จะมีกำไรประมาณ ร้อยละ 30 ของรายรับ (กำไรในส่วนนี้รวมค่าแรงของตนเอง ค่าเช่าที่ดิน ค่าข้าวสารอินทรีย์ ค่าผัก และค่าทำการตลาด) และอีกร้อยละ 70 ของรายรับ เป็นต้นทุนการผลิต ซึ่งประกอบด้วยค่าวัตถุดิบในส่วนที่ต้องไปซื้อประมาณร้อยละ 30 (ไม่นับรวมต้นทุนค่าผักและข้าวสารที่เป็นของฟาร์ม) ค่าแรงงานประมาณร้อยละ 10 และค่าบริหารจัดการประมาณร้อยละ 20 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 10 จะเป็นค่าเสียหายต่าง ๆ

สำหรับกลุ่มลูกค้าของร้านอาหารเป็นกลุ่มตลาดกรุ๊ปทัวร์เป็นหลัก ซึ่งมีมาอย่างต่อเนื่องในช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19 อย่างไรก็ตาม กลุ่มตลาดกรุ๊ปทัวร์ไม่ใช่ตลาดเป้าหมายของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ โดยตลาดเป้าหมายของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ คือ กลุ่มตลาด walk-in ที่เป็นลูกค้ากลุ่มคุณภาพ (high-end) ที่ให้ความสำคัญกับอาหารเกษตรอินทรีย์ (organic food) ซึ่งที่ผ่านมตลาดกรุ๊ปทัวร์เป็นตลาดที่มีแต่จำนวนแต่ไม่มีคุณภาพ และร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ยังไม่สามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายที่ต้องการได้ เนื่องจาก ทีมงานยังไม่นิ่งและยังมีการให้บริการที่มีคุณภาพไม่เพียงพอ รวมถึงวัตถุดิบที่ใช้ยังไม่มีความพร้อม ดังนั้น

¹⁰ พ.ศ. 2560-2561 (2 ปี) ได้กำไรจากการขายข้าวถุงที่อยู่ในรูปของเงินเก็บประมาณ 8 แสนบาท

¹¹ ขายข้าวกล้องเกษตรอินทรีย์ (ออร์แกนิก) ในราคา 15 บาท/จาน

อาจกล่าวได้ว่า ตลาดกรุ๊ปทัวร์จึงเป็นตลาดที่มีแต่ปริมาณ (จำนวนผู้ใช้บริการ) แต่ไม่ได้มีคุณภาพตามที่ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ต้องการ

อย่างไรก็ตาม การระบาดของโควิด-19 ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่รอบที่สองถือเป็นโอกาสของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ที่จะเริ่มเข้าสู่ตลาดเป้าหมายที่ต้องการ เนื่องจากตลาดกรุ๊ปทัวร์หายไป (ผลกระทบจากโควิด-19) ทั้งนี้ ในช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19 ร้านอาหารแห่งนี้ต้องมุ่งทำตลาดกรุ๊ปทัวร์เพื่อให้ธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์ยังคงดำเนินการอยู่ได้ จึงยังไม่มีเวลาที่จะมองหาหรือทำตลาดเป้าหมายที่ต้องการ รวมทั้งยังไม่มีเวลาที่จะขบคิดถึงความเสี่ยง และการปรับปรุงการให้บริการและครัวที่ดีสำหรับตลาดคุณภาพ (high-end) แต่จากการระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้ประกอบการมีเวลาขบคิดและปรับปรุงพัฒนาตนเอง ซึ่งจากเดิมที่ตลาดกรุ๊ปทัวร์มีส่วนแบ่งตลาดเกือบทั้งหมด แต่ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ผู้ประกอบการจึงเริ่มหันมาทำตลาด walk-in ที่เป็นตลาดคุณภาพ มากขึ้น (พ.ศ. 2562 ร้านอาหารแห่งนี้มีส่วนแบ่งของตลาดคุณภาพประมาณร้อยละ 10 ส่วนตลาดกรุ๊ปทัวร์มีส่วนแบ่งประมาณร้อยละ 90) ทำให้ใน พ.ศ. 2563 สามารถขยายส่วนแบ่งของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 40 (ส่วนหนึ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนจากแปลงผักและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมทั้งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวอื่น ๆ ของทางร้าน)

ก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ผู้ประกอบได้ตั้งเป้ารายรับจากการดำเนินธุรกิจของร้านอาหารอินทรีย์ไว้ที่ 300,000 บาทต่อเดือน โดยผู้ประกอบการประเมินว่าจุดคุ้มทุนหรือรายได้ขั้นต่ำสำหรับการดำเนินธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์ของตนเอง คือ ต้องมีรายได้ให้ได้เดือนละ 75,000 บาท จึงจะครอบคลุมต้นทุนทั้งหมดที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานไม่ว่าจะเป็นต้นทุนคงที่ (fix cost) หรือต้นทุนผันแปร (variable cost) เช่น ค่าจ้างแรงงาน ค่าวัตถุดิบ เป็นต้น โดย พ.ศ. 2562 ก่อนสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้มีรายรับจากการขายอาหารประมาณเดือนละ 200,000 บาท

3) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีทั้งที่ขายให้กับกรุ๊ปทัวร์และกลุ่มครอบครัว โดยก่อน พ.ศ. 2563 ได้กำหนดราคาของกิจกรรมอยู่ที่ 100 บาท/คน ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่ค่าวัตถุดิบในการประกอบอาหาร 1 อย่าง และค่าวิทยากรที่ให้ความรู้เกี่ยวกับพืชผักและการทำการเกษตรแบบอินทรีย์ ทั้งนี้ การทำกิจกรรมแต่ละครั้งจะต้องมีผู้เข้าร่วมอย่างน้อย 5 คน หากนักท่องเที่ยว (ลูกค้า) ที่มาทำกิจกรรมต้องการรับประทานอาหารตามเมนูที่จัดโดยทางร้านจะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มอีก 200 บาท/คน โดย พ.ศ. 2562 (ก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19) สามารถจำหน่ายกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้กับบริษัทนำเที่ยวในลักษณะของแพ็คเกจทัวร์ (package tour) ซึ่งแต่ละกลุ่มจะประกอบด้วยผู้เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 30 ราย และมีค่าใช้จ่ายในการทำกิจกรรม 100 บาท/คน ทั้งนี้แต่ละสัปดาห์จะมีลูกค้าประมาณ 4 กลุ่ม ดังนั้นคิดเป็นรายรับประมาณ 48,000 บาท/เดือน ซึ่งโดยปกติทางร้านจะมีกำไรจากตลาดกรุ๊ปทัวร์ประมาณร้อยละ 10-15 (สูงสุด

ไม่เกินร้อยละ 20) แต่ถ้าเป็นกลุ่มตลาดคุณภาพ (high-end) ที่เป็นกลุ่ม walk-in จะมีกำไรประมาณร้อยละ 40 (สามารถขายกิจกรรมได้ในราคา 200 บาท/คน และสามารถเพิ่มระดับราคาอาหารได้อีกประมาณร้อยละ 10)

สำหรับ พ.ศ. 2563 จากการทำตลาดเชิงรุกของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ โดยเฉพาะ Facebook ซึ่งได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีจากตลาดกลุ่มครอบครัว (family) ทำให้ตลาดกลุ่มนี้มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจึงได้เปลี่ยนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากเดิมที่เป็นกลุ่มดูงานและกรุ๊ปทัวร์มาเป็นกลุ่มครอบครัวแทน (ให้ความสำคัญกับลูกค้ากลุ่มครอบครัวมากขึ้น) ซึ่งทำให้ต้องปรับการจำกัดจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากอย่างน้อยต้องมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่น้อยกว่า 5 คน เป็นต้องมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างน้อย 3 คน และได้ปรับเพิ่มราคาเป็น 350 บาท/คน เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรมดังกล่าวได้โดยไม่ขาดทุน

4.3.2 ต้นทุนของกิจกรรมที่มีการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

1) กิจกรรมการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง

การผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงในกรณีที่รับซื้อข้าวเปลือกจากเครือข่ายผู้ปลูกข้าวแบบเกษตรอินทรีย์ (ประมาณปีละ 3 ตัน) มาสีแล้วบรรจุเป็นข้าวสารถุงขนาด 1 กิโลกรัม/ถุง ผู้ประกอบการจะรับซื้อข้าวเปลือกในราคาไม่เกิน 20 บาท/กิโลกรัม แล้วนำมาสีในแต่ละครั้งประมาณ 500 กิโลกรัม หรือคิดเป็นข้าวสารประมาณ 300-330 กิโลกรัม¹² หรือประมาณ 300-330 ถุง (ไม่ทราบต้นทุนการสีข้าว เนื่องจากไม่เคยมีการบันทึก แต่จากการประมาณโดยอ้างอิงข้อมูลต้นทุนการสีข้าวด้วยเครื่องสีข้าวชุมชนขนาดเล็กของ สวทช.¹³ พบว่า มีต้นทุนในการสีข้าวแต่ละครั้ง ๆ ละ 500 กิโลกรัม ประมาณ 300-350 บาท) ซึ่งโดยทั่วไปจะสามารถจำหน่ายข้าวสารบรรจุถุงได้หมดภายในระยะเวลาประมาณ 1 เดือน ดังนั้นในแต่ละเดือนผู้ประกอบการจะมีรายรับจากการขายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงประมาณ 25,000-30,000 บาท

อย่างไรก็ตาม การที่ร้านอาหารอินทรีย์มีลูกค้าเพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวในตำบลออนใต้ ทำให้อาหารอินทรีย์ต้องนำข้าวสารส่วนหนึ่งมาใช้ในการตอบสนองตลาดท่องเที่ยวที่เป็นตลาดกรุ๊ปทัวร์เป็นส่วนใหญ่ โดยในแต่ละวันที่มีกรุ๊ปทัวร์ลง (สัปดาห์หนึ่งมี 4 กลุ่ม กลุ่มละประมาณ 30 คน) ร้านอาหารต้องใช้ข้าวสารอินทรีย์ประมาณ 10 กิโลกรัม ซึ่งมีได้คิดไว้ในต้นทุนของการจำหน่ายอาหาร (ร้านอาหารแห่งนี้ขายอาหารที่ใช้ข้าวสารอินทรีย์ในระดับราคาเดียวกับตลาดที่ไม่ใช้ข้าวสารอินทรีย์) ซึ่งหากคิดตามราคาขายที่ขายให้กับลูกค้าในเชียงใหม่ที่อยู่ที่ประมาณ

¹² ตามข้อมูลของกรมส่งเสริมสหกรณ์ ข้าวเปลือก 1,000 กิโลกรัม สามารถสีเป็นข้าวสารได้ประมาณ 660 กิโลกรัม

¹³ จากข้อมูลของ สวทช. พบว่า ต้นทุนในการสีข้าวเปลือกเป็นข้าวสารสำหรับเครื่องสีข้าวขนาดเล็กอยู่ที่ประมาณ 650-700 บาท/ข้าวเปลือก 1 ตัน

80-100 บาท/กิโลกรัม พบว่า ในแต่ละครั้งร้านอาหารแห่งนี้จะต้องแบกรับต้นทุนค่าข้าวอินทรีย์สูงสุดประมาณ 1,000 บาทต่อครั้ง หรือประมาณเดือนละ 4,000 บาท ขณะเดียวกันการนำข้าวสารอินทรีย์มาใช้ในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเองทำให้ไม่มีข้าวสารบรรจุถุงที่จะจำหน่ายให้กับตลาดออนไลน์ จึงเกิดการสูญเสียตลาดเดิมที่เป็นตลาดออนไลน์ ซึ่งมีลูกค้าเดิมที่ซื้อข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงเหลืออยู่ประมาณร้อยละ 40 หรืออาจกล่าวได้ว่า หลังจากที่ถูกประกอบการร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้หันมามุ่งเน้นธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์มากขึ้น โดยเฉพาะตลาดกลุ่มกรุ๊ปทัวร์ เพื่อให้ธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์สามารถดำเนินการอยู่ได้ ทำให้สูญเสียตลาดข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงที่เคยขายได้ประมาณ 1.5-2.0 แสนบาท/ปี (เป็นการประมาณการจากยอดขายที่ยังไม่ได้หักต้นทุนการผลิต)

2) กิจกรรมร้านอาหารอินทรีย์

การประกอบธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์มีต้นทุนประมาณร้อยละ 70 ของยอดขาย โดยเป็นค่าวัตถุดิบในการผลิตอาหารในส่วนที่ต้องไปซื้อจากตลาดหรือแหล่งผลิตอื่นประมาณร้อยละ 30 ค่าแรงงานคนงานประมาณร้อยละ 10 ค่าบริหารจัดการประมาณร้อยละ 20 และค่าโล่หุ่ยต่างๆประมาณร้อยละ 10 ทั้งนี้แม้ว่าส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 30 จะเป็นกำไรของผู้ประกอบการ แต่ในกำไรดังกล่าวมีต้นทุนค่าข้าวสารอินทรีย์ และพืชผักที่ปลูกเองอยู่ในกำไร เนื่องจากเป็นผลผลิตของทางร้านซึ่งไม่เคยนำมาคิดเป็นต้นทุนในการผลิตอาหาร อย่างไรก็ตาม หากคิดเฉพาะในส่วนของข้าวสารอินทรีย์ที่นำมาใช้ในการประกอบอาหารในร้านอาหารอินทรีย์จะมีต้นทุนประมาณ 4,000 บาทต่อเดือน แต่ถ้าหากประเมินถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสจากการขายข้าวสารบรรจุถุงพบว่า การนำข้าวสารอินทรีย์มาใช้ในร้านอาหารอินทรีย์ และจากการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์เพิ่มขึ้น ทำให้ผลผลิตข้าวสารอินทรีย์ที่บรรจุถุงเพื่อจำหน่ายเหลือเพียงร้อยละ 40 ดังนั้น หากพิจารณาเฉพาะข้าวสารในส่วนที่ถูกนำมาใช้ในร้านอาหารประมาณปีละ 1,270 กิโลกรัม คิดเป็นต้นทุนค่าเสียโอกาสเท่ากับ $1,270 \times 100 = 127,000$ บาท/ปี (ดูรายละเอียดของการประมาณการในหัวข้อถัดไป)

สำหรับต้นทุนข้าวสารอินทรีย์ที่ใช้ประกอบอาหาร ซึ่งร้านอาหารแห่งนี้มีการใช้ข้าวสารอินทรีย์สำหรับการประกอบอาหารประมาณ 10 กิโลกรัม/วัน ดังนั้นคิดเป็นต้นทุนค่าข้าวสารอินทรีย์ประมาณ 1,000 บาท/วัน ที่มีการเปิดให้บริการ โดยผู้ประกอบการไม่ได้นำต้นทุนดังกล่าวมารวมไว้ในราคาข้าวที่ขายและในการคำนวณต้นทุนการประกอบการร้านอาหารอินทรีย์ รวมทั้งยังมีการจำหน่ายอาหารในราคามาตรฐานของร้านอาหารทั่วไปไม่ได้มีการกำหนดราคาที่สูงขึ้นจากการใช้วัตถุดิบที่เป็นผลผลิตแบบเกษตรอินทรีย์

3) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การเพาะปลูกผักของร้านอาหารอินทรีย์ในพื้นที่ขนาด 2 งาน ในช่วงเริ่มแรกของการทำสวนผักได้มีการลงทุนในการวางระบบการเกษตรประมาณ 3 แสนบาท และการวางระบบ

จัดการน้ำอีก 1 แส่นบาท (เป็นเงินลงทุนเริ่มต้นรวม 4 แส่นบาท) สำหรับต้นทุนผันแปรที่ใช้ในแต่ละเดือนเป็นต้นทุนในส่วนของค่าแรงงานประมาณ 3 man-day/สัปดาห์ (คิดเป็นค่าแรงงานประมาณ 6,000 บาท/เดือน) โดยจะเป็นค่าจ้างสำหรับการปลูกผักร้อยละ 20 ส่วนอีกร้อยละ 80 เป็นค่าใช้จ่ายหมุนเวียนในการปลูกผัก โดยปุ๋ยที่ใช้ในแปลงผักเป็นปุ๋ยอินทรีย์ที่ทำเอง และใช้การเก็บเมล็ดพันธุ์เพื่อเพาะปลูกในรอบถัดไป ทั้งนี้ในแต่ละเดือนจะมีรายรับจากสวนผักที่คิดเป็นต้นทุนการขายอาหารประมาณร้อยละ 20 (แชร์จากต้นทุนค่าอาหาร) ดังนั้นจากยอดขายอาหารก่อนการระบาดของโควิด-19 ที่สามารถขายได้ประมาณ 2 แส่นบาท/เดือน รายรับในส่วนของสวนผักที่คิดเป็นต้นทุนการขายอาหารจะอยู่ที่ประมาณ 28,000 บาท/เดือน

4.4 ผลการประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

จากข้อมูลรายรับและต้นทุนของกิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรม ที่ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ดำเนินการ ซึ่งมีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบใน 2 ประเด็นสำคัญคือ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรมการเกษตรแบบอินทรีย์ที่พยายามลดและเลิกการใช้สารเคมีในการผลิต และการขายอาหารเกษตรอินทรีย์ที่พยายามใช้วัตถุดิบที่มาจากแปลงผักเกษตรอินทรีย์ที่ผลิตด้วยตนเอง ทำให้สามารถควบคุมทั้งปริมาณและคุณภาพของวัตถุดิบได้ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของเกษตรอินทรีย์เช่นเดียวกัน โดยกิจกรรมนี้ได้ให้ทั้งความรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อนักท่องเที่ยว/ผู้มาใช้บริการ ดังนั้นเพื่อให้เห็นถึงต้นทุน-ผลตอบแทนของการดำเนินกิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรม ของร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ใน พ.ศ. 2562 จึงขอนำเสนอผลการประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของแต่ละกิจกรรมดังมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

4.4.1 กิจกรรมการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง

การประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของกิจกรรมการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง มีข้อสมมติเบื้องต้นของการประมาณการ ดังนี้

- 1) กำหนดให้ข้าวเปลือก 1,000 กิโลกรัม สีเป็นข้าวสารได้ประมาณ 660 กิโลกรัม
- 2) กำหนดให้ต้นทุนในการสีข้าวสารต่อครั้งประมาณ 350 บาท โดยสามารถสีข้าวเปลือกในปริมาณครั้งละ 500 กิโลกรัม

3) การประเมินต้นทุนการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง นับเฉพาะต้นทุนข้าวเปลือก ค่าสี ค่าถุงบรรจุและค่าสต็อกเกอร์ เท่านั้น ยังไม่ได้นับรวมต้นทุนอื่นๆ เช่น ค่าแรงงาน ค่าเสื่อมของเครื่องสี ค่าขนส่ง ต้นทุนการขาย เนื่องจากผู้ประกอบการมิได้มีการจดบันทึกข้อมูลดังกล่าวไว้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบว่า พ.ศ. 2562 ผู้ประกอบการรายนี้มีการรับซื้อข้าวเปลือก (อินทรีย์) จากเกษตรกรที่อยู่ในเครือข่าย จำนวน 1,500 กิโลกรัม โดยรับซื้อในราคา กิโลกรัมละ 20 บาท คิดเป็นต้นทุนของข้าวเปลือกที่รับซื้อจากเกษตรกรที่อยู่ในเครือข่ายเท่ากับ 30,000 บาท นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังมีการทำนาอินทรีย์ของตนเอง ซึ่งมีปริมาณข้าวเปลือกที่ได้จากที่นาของตนเองประมาณ 2,000 กิโลกรัม ดังนั้นหากคิดเทียบเป็นค่าเสียโอกาสของการนำข้าวเปลือกดังกล่าวมาผลิตเป็นข้าวสารด้วยตนเอง แทนการนำไปขายที่ระดับราคา 20 บาท/กิโลกรัม¹⁴ จะมีต้นทุนค่าเสียโอกาสของการนำข้าวเปลือกดังกล่าวมาผลิตเป็นข้าวสารด้วยตนเองเท่ากับ 40,000 บาท ดังนั้นหากรวมต้นทุนทั้งสองส่วน พบว่า พ.ศ. 2562 ผู้ประกอบการจะมีต้นทุนของข้าวเปลือกที่จะนำมาผลิตเป็นข้าวสารประมาณ 70,000 บาท (3,500 กิโลกรัม X 20 บาท/กิโลกรัม)

สำหรับต้นทุนในการสีข้าวเปลือกทั้ง 3,500 กิโลกรัม เมื่ออาศัยข้อสมมติข้อที่ 2 ที่กำหนดให้การสีข้าวเปลือกแต่ละครั้งสามารถสีได้ครั้งละ 500 กิโลกรัม ดังนั้นจากข้าวเปลือกทั้งหมด ผู้ประกอบการจะต้องสีข้าวอย่างน้อยจำนวน 7 ครั้ง โดยแต่ละครั้งจะมีต้นทุนประมาณ 350 บาท ซึ่งคิดเป็นต้นทุนรวมทั้งหมด 2,450 บาท (350 บาท/ครั้ง X 7 ครั้ง) ทั้งนี้ จากข้อสมมติเบื้องต้นข้อที่ 1 ที่ว่า ในการสีข้าวเปลือก 1 ตัน จะได้ข้าวสารประมาณ 660 กิโลกรัม ดังนั้นจากข้าวเปลือกทั้งหมด 3,500 กิโลกรัม จะทำให้ได้ข้าวสารประมาณ 2,310 กิโลกรัม ซึ่งสามารถคิดเทียบเป็นต้นทุนในการสีเพื่อให้ได้ข้าวสาร 1 กิโลกรัม ประมาณ 1.06 บาท/กิโลกรัม¹⁵

จากต้นทุนข้าวเปลือก และต้นทุนที่เกิดจากการสีข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร พบว่า ข้าวสาร 1 กิโลกรัม จะมีต้นทุนทั้งสองส่วนรวมกันประมาณ 31.36 บาท เมื่อนำมาบรรจุลงถุงขนาด 1 กิโลกรัม ที่มีต้นทุนค่าถุงบรรจุประมาณถุงละ 6 บาท และต้นทุนค่าสต็อกเกอร์ประมาณถุงละ 5 บาท ทำให้ข้าวสารอินทรีย์ 1 ถุง จะมีต้นทุนทั้งสิ้นส่วนรวมกัน ประมาณถุงละ 42.36 บาท ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ทำให้ทราบว่า พ.ศ. 2562 ผู้ประกอบการจำหน่ายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงประมาณร้อยละ 45 ของผลผลิตข้าวสารทั้งหมด (หรือประมาณ 1,040 กิโลกรัม) เนื่องจากมีการนำข้าวสารส่วนหนึ่ง (ประมาณ 1,270 กิโลกรัม) มาใช้ประกอบอาหารในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเอง ซึ่งไม่จำเป็นต้องบรรจุถุง จากข้อมูลดังกล่าวสามารถประมาณการต้นทุนค่าถุงบรรจุและสต็อกเกอร์ได้ประมาณ 11,440 บาท (1,040 ถุง X 11 บาท/ถุง)

¹⁴ กำหนดให้ค่าเสียโอกาสของการนำข้าวเปลือกมาผลิตเป็นข้าวสารด้วยตนเองเท่ากับราคาที่รับซื้อจากเกษตรกรในเครือข่าย

¹⁵ รวมต้นทุนค่าสีข้าว และต้นทุนที่เกิดจากการสูญเสียในระหว่างการสีเป็นข้าวสาร เช่น แคลบ ปลายข้าว รำ เป็นต้น ประมาณร้อยละ 34

สำหรับรายรับของกิจกรรมการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง ประกอบด้วยรายรับ 2 ส่วน ได้แก่ 1) รายรับจากการจำหน่ายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง ซึ่งมีราคาจำหน่ายเฉลี่ยประมาณ 100 บาท/ถุง ดังนั้น จากข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงจำนวน 1,040 ถุง จะมีรายรับในส่วนนี้ประมาณ 104,000 บาท และ 2) ข้าวสารอินทรีย์ที่ไม่มีการบรรจุถุง ซึ่งนำมาใช้ในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเอง ซึ่งมีจำนวนประมาณ 1,270 กิโลกรัม ดังนั้นหากคิดเทียบเป็นค่าเสียโอกาสของการนำข้าวสารอินทรีย์ดังกล่าวมาใช้ในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเองแทนการนำไปบรรจุถุงขายที่ระดับราคา 100 บาท/กิโลกรัม¹⁶ จะมีค่าเสียโอกาสของการนำข้าวสารอินทรีย์มาใช้ในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเองเท่ากับ 127,000 บาท ดังนั้นหากรวมรายรับทั้งสองส่วน พบว่า พ.ศ. 2562 ผู้ประกอบการจะมีรายรับจากข้าวสารอินทรีย์ประมาณ 231,000 บาท คิดเป็นรายรับที่เป็นเงินสดจากการขายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงประมาณ 104,000 บาท และรายรับที่ไม่ใช่เงินสดที่เป็นค่าเสียโอกาสของการนำข้าวสารอินทรีย์มาใช้ในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเองประมาณ 127,000 บาท

ตารางที่ 4.1 ต้นทุน-ผลตอบแทนของการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงขนาด 1 กิโลกรัม พ.ศ. 2562

รายการ	ต้นทุน (บาท/ปี)	ผลตอบแทน (บาท/ปี)
ประมาณการต้นทุน (ประมาณร้อยละ 80 ของรายรับ)	83,890	
1. รับซื้อข้าวเปลือกจากเกษตรกรในเครือข่าย (จำนวน 1,500 กิโลกรัมฯ ละ 20 บาท)	30,000	-
2. ผลิตข้าวเปลือกที่ปลูกในที่ดินของตนเอง ^{1/} (จำนวน 2,000 กิโลกรัมฯ ละ 20 บาท)	40,000	-
3. ค่าสีข้าวเปลือกเป็นข้าวสาร (7 ครั้ง/ปี) (ครั้งละ 350 บาท/ข้าวเปลือก 500 กิโลกรัม)	2,450	-
4. ค่าถุงบรรจุ (ประมาณ 1,040 ถุง) ^{2/} (ถุงละประมาณ 6 บาท/ถุง)	6,240	-
5. ค่าสติ๊กเกอร์ (ประมาณ 1,040 ถุง) ^{2/} (ถุงละประมาณ 5 บาท/ถุง)	5,200	-
ประมาณการรายรับ		231,000
6. จำหน่ายเป็นข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงละ 1 กิโลกรัม (จำนวน 1,040 ถุงๆ ละ 100 บาท)	-	104,000
7. ค่าเสียโอกาสของการนำข้าวสารอินทรีย์ไปใช้ในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเอง (1,270 กิโลกรัม) ^{3/}	-	127,000
ผลตอบแทนสุทธิ (ประมาณร้อยละ 63 ของรายรับ)^{4/}	147,110 บาท/ปี	

ที่มา: วิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

หมายเหตุ: ^{1/} คิดเทียบเป็นค่าเสียโอกาสของการนำข้าวเปลือกมาใช้แทนการนำไปขาย

^{2/} คิดเฉพาะข้าวสารส่วนที่นำไปขายเท่านั้น ซึ่งมีประมาณ 1,040 กิโลกรัม

^{3/} คิด ณ ราคาข้าวสารที่สามารถจำหน่ายได้ คือ 100 บาท/กิโลกรัม

^{4/} ยังไม่ได้หักค่าแรงงาน ค่าเสื่อมของเครื่องสี ค่าขนส่ง ต้นทุนการขาย (ผู้ประกอบการไม่สามารถประมาณการได้)

¹⁶ กำหนดให้ค่าเสียโอกาสของการนำข้าวสารอินทรีย์มาใช้ในร้านอาหารอินทรีย์ของตนเองเท่ากับราคาข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงที่ขาย

จากการประมาณการรายรับจากข้าวสารอินทรีย์ทั้งสองส่วน (ทั้งที่เป็นเงินสดและไม่ใช่เงินสด) ที่มีรายรับประมาณ 231,000 บาท เมื่อหักลบกับต้นทุนรวมของการผลิตข้าวสารอินทรีย์ที่ 83,890 บาท (คิดเป็นร้อยละ 36 ของรายรับจากการขายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง) พบว่า กิจกรรมการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงจะมีผลตอบแทนสุทธิประมาณ 147,110 บาท/ปี (คิดเป็นร้อยละ 64 ของรายรับ) หรือประมาณเดือนละ 12,300 บาท (ดูรายละเอียดของผลการคำนวณ ต้นทุน-ผลตอบแทนได้ในตารางที่ 4.1) อย่างไรก็ตาม ผลตอบแหนดังกล่าวยังไม่ได้นับรวมผลประโยชน์ที่เกิดจากการผลิตข้าวสารอินทรีย์ให้กับร้านอาหารอินทรีย์ของตนเอง ซึ่งทำให้สามารถควบคุมคุณภาพ และปริมาณได้ตามที่ตนเองต้องการ

4.4.2 กิจกรรมร้านอาหารอินทรีย์

ตารางที่ 4.2 เป็นต้นทุน-ผลตอบแทนของการดำเนินงานร้านอาหารอินทรีย์ พ.ศ. 2562 ซึ่งมีรายรับประมาณเดือนละ 200,000 บาท หรือประมาณปีละ 2.4 ล้านบาท และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสามารถประมาณการต้นทุนของร้านอาหารอินทรีย์ได้ประมาณ 1.81 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 70 ของรายรับทั้งหมด ทั้งนี้ หากไม่นับรวมต้นทุนค่าเสียโอกาสของข้าวสารอินทรีย์ที่เป็นของตนเองที่มีต้นทุนประมาณ 1.27 แสนบาท (หรือมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 7.03 ของต้นทุนทั้งหมด) พบว่า ต้นทุนค่าวัตถุดิบในการผลิตอาหาร (ไม่นับรวมผักและข้าวสารอินทรีย์ที่ผลิตด้วยตนเอง) จะเป็นต้นทุนที่มีสัดส่วนสูงสุด ประมาณร้อยละ 42.86 ของต้นทุนทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ต้นทุนในเรื่องของค่าบริหารจัดการร้านที่มีสัดส่วน ประมาณร้อยละ 28.57 ของต้นทุนทั้งหมด สำหรับต้นทุนค่าแรงงาน และค่าเสียต่าง ๆ จะมีสัดส่วนเท่ากัน ประมาณร้อยละ 14.29 ของต้นทุนทั้งหมด

ดังนั้น จากประมาณการรายรับของร้านอาหารอินทรีย์ ที่มีรายรับประมาณ 2.4 ล้านบาท เมื่อหักลบกับต้นทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ (ไม่นับรวมค่าเสียโอกาสของการใช้ข้าวสารอินทรีย์ที่เป็นของตนเอง) ที่มีประมาณ 1.68 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 70 ของรายรับของร้านอาหารอินทรีย์) พบว่า กิจกรรมร้านอาหารอินทรีย์จะมีผลตอบแทนสุทธิประมาณ 720,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 30 ของรายรับ) หรือประมาณเดือนละ 60,000 บาท และถ้าหักค่าเสียโอกาสของการใช้ข้าวสารอินทรีย์ที่เป็นของตนเองพบว่า กิจกรรมร้านอาหารอินทรีย์จะมีผลตอบแทนสุทธิประมาณ 593,000 บาท/ปี (คิดเป็นร้อยละ 25 ของรายรับ) หรือประมาณเดือนละ 49,400 บาท (ดูรายละเอียดของผลการคำนวณ ต้นทุน-ผลตอบแทนได้ในตารางที่ 4.2) อย่างไรก็ตาม ผลตอบแหนดังกล่าวยังไม่ได้นับรวมผลประโยชน์ที่เกิดจากการมีภาพลักษณ์ที่ดีในการตระหนักและคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (หรือความเป็นร้านอาหารอินทรีย์) ขณะที่ในส่วนของต้นทุนยังไม่ได้รวมค่าเสียโอกาสของที่ดินและเงินลงทุนในร้านอาหาร ซึ่งผู้ประกอบการมิได้มีการบันทึกข้อมูลดังกล่าวไว้ (เป็นการลงทุนที่สะสมมาเรื่อย ๆ)

ตารางที่ 4.2 ต้นทุน-ผลตอบแทนของร้านอาหารอินทรีย์ พ.ศ. 2562

รายการ	ต้นทุน (บาท/ปี)	ผลตอบแทน (บาท/ปี)
ประมาณการต้นทุน (ประมาณร้อยละ 70 ของรายรับ)	1,807,000	
1. ค่าวัตถุดิบในการผลิตอาหาร (ไม่รวมผักและข้าวที่ปลูกเอง) (ประมาณร้อยละ 30 ของรายรับ)	720,000	-
2. ค่าแรงงาน (ประมาณร้อยละ 10 ของรายรับ)	240,000	-
3. ค่าบริหารจัดการร้าน (ประมาณร้อยละ 20 ของรายรับ)	480,000	-
4. ค่าเสียค่าเช่า (ประมาณร้อยละ 10 ของรายรับ)	240,000	-
5. ค่าเสียโอกาสของข้าวสารของตนเอง ^{1/} (ประมาณ 1,270 กิโลกรัมๆ ละ 100 บาท)	127,000	-
ประมาณการรายรับ		2,400,000
1. รายรับจากการจำหน่ายอาหาร (ประมาณเดือนละ 200,000 บาท)	-	2,400,000
ผลตอบแทนสุทธิกรณียังไม่หักค่าเสียโอกาสของข้าวสาร (ประมาณร้อยละ 30 ของรายรับ)	720,000 บาท/ปี	
ผลตอบแทนสุทธิกรณียกหักค่าเสียโอกาสของข้าวสาร	593,000 บาท/ปี	

ที่มา: วิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
หมายเหตุ: ^{1/} คิดเทียบเป็นค่าเสียโอกาสของการนำข้าวสารอินทรีย์ไปจำหน่าย

4.4.3 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

พ.ศ. 2562 ที่ในช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19 ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้สามารถขายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คิดเป็นรายรับประมาณ 48,000 บาท/เดือน หรือประมาณ 576,000 บาท/ปี โดยในการดำเนินงานของกิจกรรมนี้มีต้นทุนที่เป็นเงินสดที่สำคัญอยู่ 2 ส่วน ได้แก่ 1) ต้นทุนในเรื่องของแรงงานในการดูแลแปลงผัก ที่มีต้นทุนประมาณ 6,000 บาท/เดือน (คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 18 ของต้นทุนที่เป็นเงินสดทั้งหมด) และ 2) ค่าใช้จ่ายในการผลิตและการขาย ซึ่งมีต้นทุนประมาณ 28,000 บาท/เดือน (คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 82 ของต้นทุนที่เป็นเงินสดทั้งหมด) โดยต้นทุนที่เป็นเงินสดทั้งสองส่วนมีมูลค่ารวมกันประมาณ 34,000 บาท/เดือน หรือประมาณ 408,000 บาท/ปี (คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 70 ของรายรับ)

อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ประกอบการได้มีการลงทุนในระบบการผลิตประมาณ 4 แสนบาท โดยเป็นการวางระบบการผลิตทางเกษตรประมาณ 3 แสนบาท และการวางระบบจัดการน้ำ 1 แสนบาท ซึ่งเมื่อคิดเป็นค่าเสื่อมราคาของระบบการผลิตที่กำหนดให้มีอายุการใช้งานประมาณ 10 ปี ระบบการผลิตทางเกษตรที่ผู้ประกอบการลงทุนจะมีค่าเสื่อมราคาประมาณ 40,000 บาท/ปี (เป็นต้นทุนที่มีใช้เงินสด)

ดังนั้น เมื่อนำต้นทุนเงินสดทั้งหมด ใน พ.ศ. 2562 ซึ่งร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้จะมีต้นทุนเงินสดของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรประมาณ 408,000 บาท หักลบออก

จากรายรับที่ได้จากการขายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีรายรับประมาณ 576,000 บาท พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะมีผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสดประมาณ 168,000 บาท หรือประมาณเดือนละ 14,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 29 ของรายรับ) และหากนำผลตอบแทนสุทธิเหนือต้นทุนเงินสดดังกล่าวไปหักลบด้วยค่าเสื่อมราคาของระบบการผลิตที่มีประมาณปีละ 40,000 บาท พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจะมีผลตอบแทนสุทธิประมาณ 128,000 บาท/ปี (คิดเป็นร้อยละ 22 ของรายรับ) หรือประมาณเดือนละ 11,000 บาท (ดูรายละเอียดของผลการคำนวณต้นทุน-ผลตอบแทนได้ในตารางที่ 4.3) อย่างไรก็ตาม ผลตอบแถมดังกล่าว ยังไม่ได้นับรวมผลประโยชน์ต่อเนื่อง จากการที่ร้านอาหารอินทรีย์สามารถขายอาหารได้หลังจากที่ถูกนำมาให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงการที่พืชผักบางส่วนของสวนถูกนำไปใช้ในการประกอบอาหารของร้านอาหารอินทรีย์ ขณะที่ในส่วน of ต้นทุนยังไม่ได้นับรวมค่าเสียโอกาสของที่ดินที่ใช้ในการทำสวนอินทรีย์ (2 งาน)

ตารางที่ 4.3 ต้นทุน-ผลตอบแทนของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พ.ศ. 2562

รายการ	ต้นทุน (บาท/เดือน)	ผลตอบแทน (บาท/เดือน)
ประมาณการต้นทุน (ประมาณร้อยละ 70 ของรายรับ)	34,000	
1. ค่าแรงงานในการดูแลแปลงผัก	6,000	-
2. ค่าใช้จ่ายในการผลิตและการขาย	28,000	-
ประมาณการรายรับ		48,000
1. ขายกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	-	48,000
ผลตอบแทนสุทธิ (ประมาณร้อยละ 30 ของรายรับ)^{4/}	14,000 บาท/เดือน	
ค่าเสื่อมราคาของระบบการผลิต เช่น ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า แบบโซล่าเซลล์ เครื่องจักรอุปกรณ์ ฯลฯ (ไม่นับรวมที่ดิน) ^{1/}	40,000 บาท/ปี	
ผลตอบแทนสุทธิหลังจากหักค่าเสื่อมราคา	128,000 บาท/ปี หรือ 11,000 บาท/เดือน	

ที่มา: วิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
หมายเหตุ: ^{1/} ลงทุนประมาณ 400,000 บาท คิดที่ 10 ปี

จากผลการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนของทั้ง 3 กิจกรรม พบว่า พ.ศ. 2562 ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้จะได้รับผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินกิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรม ประมาณ 868,100 บาท/ปี หรือประมาณ 72,300 บาท/เดือน โดยร้านอาหารอินทรีย์เป็นกิจกรรมที่ให้ผลตอบแทนสุทธิสูงสุด โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 68 ของผลตอบแทนสุทธิทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ กิจกรรมการขายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง ที่มีผลตอบแทนสุทธิในสัดส่วนประมาณร้อยละ 17 ของผลตอบแทนสุทธิทั้งหมด สำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีผลตอบแทนสุทธิในสัดส่วนประมาณร้อยละ 15 ของผลตอบแทนสุทธิทั้งหมด อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาอัตราผลตอบแทนการลงทุน

(return on investment: ROI) พบว่า กิจกรรมการขายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงเป็นกิจกรรมที่มีอัตราผลตอบแทนการลงทุนสูงสุด ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นกิจกรรมที่มีอัตราผลตอบแทนการลงทุนต่ำสุด และหากพิจารณาในภาพรวมทั้งสามกิจกรรมพบว่า กิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรม มีอัตราผลตอบแทนการลงทุนเพียง 0.37 หมายความว่า กิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรม สามารถสร้างผลตอบแทนได้ประมาณ 0.37 บาท จากการลงทุน 1 บาท (ดูรายละเอียดในตารางที่ 4.4)

ตารางที่ 4.4 ต้นทุน-ผลตอบแทนของทั้ง 3 กิจกรรม พ.ศ. 2562

หน่วย: บาท/ปี				
กิจกรรม	ต้นทุน	รายรับ	ผลตอบแทน	ROI ^{1/}
1. การขายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง 1 กิโลกรัม	83,900	231,000	147,100	1.75
2. ร้านอาหารอินทรีย์	1,807,000	2,400,000	593,000	0.33
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	448,000	576,000	128,000	0.29
รวมทั้ง 3 กิจกรรม	2,338,000	3,207,000	868,100	0.37

ที่มา: วิเคราะห์จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ
หมายเหตุ: ^{1/} ROI = return on investment (อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน)

4.5 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นต่อการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

ในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้ มีหลายปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบอินทรีย์ ซึ่งมีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะคุณสมบัติของเจ้าของกิจการหรือผู้ประกอบการ ที่ต้องเป็นผู้ที่มีแผนในการดำเนินงาน (เป้าหมาย) ที่ชัดเจน ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีน้ำหนักสูงถึงร้อยละ 80 ส่วนอีกร้อยละ 20 เป็นการผลักดันและสนับสนุนของภาครัฐ นอกจากนี้จะต้องมีชุมชนหรือคนในชุมชนเข้าร่วม และต้องมีการกระจายผลประโยชน์ภายในชุมชนด้วย

การดำเนินธุรกิจภายในชุมชนต้องไม่โดดเด่น แต่ต้องกลมกลืนไปกับชุมชน พยายามสร้างเครือข่ายโดยแลกกับสถานที่ในการจำหน่ายสินค้าและบริการ (ขายพร้อม ๆ กันทั้งหมู่บ้าน) สำหรับการทำธุรกิจท่องเที่ยวชุมชนต้องมีคนในชุมชนเป็นกำลังสำคัญ และต้องแสดงให้เห็นถึงการกระจายของผลประโยชน์ภายในชุมชน ส่วนการป้องกันนักลงทุนจากภายนอกนั้นไม่สามารถทำได้ แต่ต้องมีตลาดเป็นของตนเอง (ต้องทำตลาดได้เอง) โดยต้องพยายามทำการตลาดเชิงรุกที่ทำให้ธุรกิจมีตลาดเป็นของตนเอง เช่น หน่วยงานราชการ (ซึ่งเป็นตลาดดูงาน และมักมีโครงการที่อาจเชื่อมโยงกับธุรกิจชุมชนได้) และสามารถเชื่อมต่อไปยังบริษัท organizer (B2B) รวมถึง

สามารถเพิ่มเติมเป็น B2C ได้ แต่ธุรกิจต้องมีทีมงานหรือหลังบ้านที่มีความพร้อม ทั้งนี้ ปัญหาที่ธุรกิจไม่สามารถข้ามจาก B2B ไป B2C คือ ไม่มี operators ที่ดี ที่สามารถพึ่งพาได้ มีผู้นำที่ไม่มีประสบการณ์และความรู้ ดังนั้น operator จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการและต้องเสียสละ นอกจากนี้ หน่วยงานทางวิชาการก็มีความสำคัญในเรื่องของการเติมความรู้เกี่ยวกับ product technology รวมถึงการที่ต้องให้ความสำคัญกับการดูแลกลุ่มคนรุ่นใหม่ในชุมชนที่ต้องมาร่วมมือกัน เนื่องจาก empower สำคัญคือ ต้องมีคนรุ่นใหม่ในชุมชนที่เข้ามาขับเคลื่อนและทำงานร่วมกัน

สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน คือ ผู้ประกอบการที่จะเข้ามาดำเนินธุรกิจ ณ ลักษณะนี้ต้องมีความอดทน อาจต้องมองข้ามผลตอบแทนทางธุรกิจในระยะเริ่มต้นหรือในระยะสั้น (ต้องมองภาพในระยะยาว หรือมีวิสัยทัศน์ในระยะยาว) เนื่องจาก การทำการเกษตร (โดยเฉพาะเกษตรอินทรีย์) เป็นการลงทุนกับตนเองและครอบครัว ซึ่งต้องสร้างเครือข่ายที่เกื้อหนุนและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ไม่ควรดำเนินธุรกิจ ณ ลักษณะของการหาอุปสงค์ (demand) แล้วมาผลิต (supply) นอกจากนี้ ยังต้องมีการวางระบบเทคโนโลยีต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน การจัดซื้อ บัญชี ที่ส่งเสริมการทำธุรกิจ มีการใช้เทคโนโลยีทางการเกษตรที่เหมาะสมกับตัวเกษตรกร และควรมีการวางระบบตั้งแต่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการควรมีลักษณะที่เป็นเกษตรกรที่แท้จริง ไม่ใช่ชนกลางทุนทางด้านการเกษตรที่มากับเกี่ยวผลประโยชน์จากชุมชน

นอกจากนี้ สำหรับชาวบ้านทั่วไปมักขาดการมองในเรื่องของการตลาด เมื่อมีการจัดกิจกรรมหรือผลิตสินค้าใด ๆ รวมทั้งการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ชาวบ้านมักมองแต่ว่าเมื่อไหร่จะมีคนมาซื้อหรือใช้บริการ ในขณะที่หลักการเบื้องต้นของการทำการตลาดเชิงรุกคือ ลูกค้าอยู่ตรงไหนให้ไปที่นั่น ต้องมองหาตลาดอยู่เสมอ ต้องลงตลาดจริง ๆ อยู่เสมอ ต้องมองหาลูกค้าเป้าหมายให้ได้

สำหรับสิ่งที่ภาครัฐควรทำ คือ การให้องค์ความรู้พร้อมกับเครื่องมือที่ใช้กับองค์ความรู้นั้น ๆ (ต้องไม่ใช่องค์ความรู้อย่างเดียว) ภาครัฐต้องมองกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ มิใช่กลุ่มเป้าหมายปกติ ต้องเลือกกลุ่มที่สนใจจริง ๆ ที่ต้องมองไปที่การทำงานเชิงประจักษ์ หรือมองที่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการจริง ๆ โดยการมองหา core operators ในชุมชนท้องถิ่นที่มีความสามารถ ทั้งนี้ยังต้องมีผู้นำ/แกนนำในการพัฒนาภายในชุมชนที่มีความเสียสละด้วย ■

บทที่ 5

กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยว (ถนนคนเดินเชียงใหม่)

บทนี้เป็นการนำเสนอกรณีศึกษาการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อในกรณีของชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นกรณีของถนนคนเดินเชียงใหม่ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเลย และเป็นพื้นที่ที่มีทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาลตำบล) ภาครัฐกิจ (ที่พักแรม) และชุมชน (รวมทั้งวิสาหกิจชุมชน) ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยในการนำเสนอมีทั้งส่วนที่ใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับชุมชนท่องเที่ยว (ถนนคนเดินเชียงใหม่) และแกนนำในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนที่มีประสบการณ์และเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนในบริเวณถนนคนเดินเชียงใหม่ ร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากรายงานการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง รายงานและข้อมูลของเทศบาลตำบลเชียงใหม่และขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) โดยแบ่งเนื้อหาของการนำเสนอออกเป็น 4 ส่วนหลัก ส่วนแรกเป็นการนำเสนอสถานการณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงใหม่เพื่อให้เห็นถึงภาพรวมของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เข้าข่ายของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อและเห็นถึงสถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงใหม่ ส่วนที่สองเป็นการนำเสนอถึงการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อเทศบาลตำบลเชียงใหม่ โดยเฉพาะในเรื่องของการจัดการขยะที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงใหม่ ซึ่งได้มีการนำเสนอถึงผลการประมาณการขยะจากการท่องเที่ยว และภาระงบประมาณที่เทศบาลฯ จำเป็นต้องแบกรับจากการจัดการขยะที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในบริเวณดังกล่าว¹ สำหรับส่วนที่สามเป็นการนำเสนอถึงการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจที่พักแรม ซึ่งครอบคลุมที่พักแรม 4 รูปแบบ ที่มีให้บริการในบริเวณถนนคนเดินเชียงใหม่ ได้แก่ โฮมสเตย์ เกสต์เฮาส์ที่เป็นบ้านไม้เก่า เกสต์เฮาส์ที่เป็นบ้านไม้ที่ก่อสร้างใหม่ และโรงแรมประเภทบูติกโฮเทล โดยในกรณีของธุรกิจโรงแรมประเภทบูติกโฮเทล

¹ เป็นการประมาณการโดยใช้ข้อมูลการจัดเก็บขยะของเทศบาลตำบลเชียงใหม่ พ.ศ. 2562

ซึ่งมีประสบการณ์ในการจัดการและการดำเนินธุรกิจโรงแรมภายใต้มาตรฐานโรงแรมสีเขียว (green hotel)² เนื่องจากมีข้อมูลเพียงพอ จึงสามารถนำมาประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อในด้านต่าง ๆ คือ การประหยัดพลังงานไฟฟ้า การใช้น้ำอย่างประหยัด การจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม และการดูแลและอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่า ให้ออกมาในรูปแบบที่เป็นตัวเงิน (monetary term) ส่วนสุดท้ายเป็นการนำเสนอถึงการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านต้นหล้าและชุมชนวัดป่าใต้ ดังมีรายละเอียดในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

5.1 สถานการณ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน

ชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นกรณีศึกษาในบทนี้ ได้แก่ ชุมชนบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน (เป็นถนนริมโขง หรือที่รู้จักในนาม “ถนนวัฒนธรรมริมโขง”) ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของเทศบาลตำบลเชียงคาน ถนนคนเดินเชียงคานเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเลยที่เป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เป็นหนึ่งในเมืองต้องห้ามพลาตของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) แนะนำให้ไปเยือนเมื่อไปท่องเที่ยวจังหวัดเลย ถนนคนเดินเชียงคานมีมรดกสำคัญที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว³ ได้แก่ 1) มรดกทางวัฒนธรรมประเพณีที่มีเสน่ห์ เช่น การแต่งกาย การใส่บาตรข้าวเหนียว พิธีกรรม ผาสาดลอยเคราะห์ เป็นต้น และ 2) มรดกบ้านไม้เก่าที่มีชีวิต ที่สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ (จากการสำรวจเมื่อ พ.ศ. 2552 พบว่า บริเวณถนนริมโขงมีบ้านไม้เก่าประมาณ 616 หลัง⁴ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังไม่มีผลการสำรวจใหม่) บ้านโบราณและอาคารไม้เก่าบริเวณถนนคนเดินเชียงคานเป็นศิลปะดั้งเดิมแบบล้านนาผสมล้านช้างที่มีความเก่าแก่กว่า 100 ปี ตั้งเรียงรายตลอดริมฝั่งแม่น้ำโขงกว่า 2 กิโลเมตร (ลักษณะสิ่งปลูกสร้างในชุมชนมักจะอยู่ในรูปแบบของบ้านไม้เก่าที่อยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขง ซึ่งผสมผสานไปกับความเป็นสมัยใหม่ แต่ยังคงเอกลักษณ์ของ

² ผ่านการรับรองมาตรฐานโรงแรมสีเขียวระดับเงิน (Green Hotel Silver Class) พ.ศ. 2563

³ ในพื้นที่เทศบาลตำบลเชียงคานจะมีถนนคนเดินเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจที่สำคัญ และมีอัตราของผู้นำเยือนซ้ำในสัดส่วนที่สูง (สอบถามจากสถานที่พักแรม) เนื่องจาก บริเวณรอบๆ เชียงคานมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย และในการมาเยือนถนนคนเดินโดยส่วนมากผู้มาเยือนจะมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนและใช้ชีวิตแบบ slow life

⁴ ชุมชนบริเวณถนนริมโขงในอดีตเป็นบ้านไม้และโคกตั้งเก็บของ เนื่องจากเดิมมีการค้าขายกับประเทศเพื่อนบ้าน (สปป. ลาว)

เมืองเก่าไว้ได้เป็นอย่างดี) ชุมชนยังคงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว กอปรกับมีทิวทัศน์ที่สวยงามของริมฝั่งแม่น้ำโขงจึงเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่ให้ประสบการณ์ที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ ด้วยความร่วมมือกันของคนในชุมชนในการปฏิบัติตามธรรมเนียมเชียงคาน (ใช้กติกาสังคมในการกำกับดูแลความเรียบร้อยและความปลอดภัย) จึงทำให้บริเวณถนนคนเดินริมน้ำโขงเป็นพื้นที่อนุรักษ์ที่ไม่มีคาเฟ่-บาร์เปียร์ มีความสะอาด มีความปลอดภัย และมีความเงียบสงบหลังเวลา 22.00 น. ของทุกวัน

นอกจากบ้านไม้เก่าแก่โบราณแล้ว บริเวณถนนคนเดินเชียงคานยังมีร้านจำหน่ายอาหารและสินค้าที่หลากหลาย เช่น สินค้าหัตถกรรมท้องถิ่น อาหารท้องถิ่น เสื้อผ้า ของที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งมีจุดเด่นในด้านสินค้าที่มีการนำศิลปะท้องถิ่นเข้ามาประยุกต์ใช้ เช่น กระเป๋า รองเท้า ฯลฯ และเหมาะกับการถ่ายรูปเป็นที่ระลึก รวมทั้งยังมีร้านกาแฟขนาดเล็กที่น่ารักและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมถึงอัญมณีที่สวยงามของผู้คนในพื้นที่ โดยผู้มาเยือนสามารถเดินชมบ้านไม้โบราณสองฟากฝั่งถนนที่มีระยะทางกว่า 2 กิโลเมตร ซึ่งบรรยากาศในวันธรรมดาก็มีความเงียบสงบ (โดยเฉพาะในตอนกลางวันของทุกวัน) แต่มีบรรยากาศที่ครึกครื้นในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดยาว (เนื่องจากมีผู้มาเยือนจำนวนมาก) นอกจากนี้ ในบริเวณถนนคนเดินยังมีบ้านเรือนหลายแห่งถูกปรับเปลี่ยนให้เป็นที่พัก ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก⁵ สำหรับรองรับจำนวนผู้มาเยือนที่เพิ่มมากขึ้นนับตั้งแต่ พ.ศ. 2552 และในช่วงเช้าของทุกวันยังมีกิจกรรมทำบุญใส่บาตรข้าวเหนียวที่เป็นประเพณีพื้นถิ่นบนถนนคนเดินเส้นนี้⁶

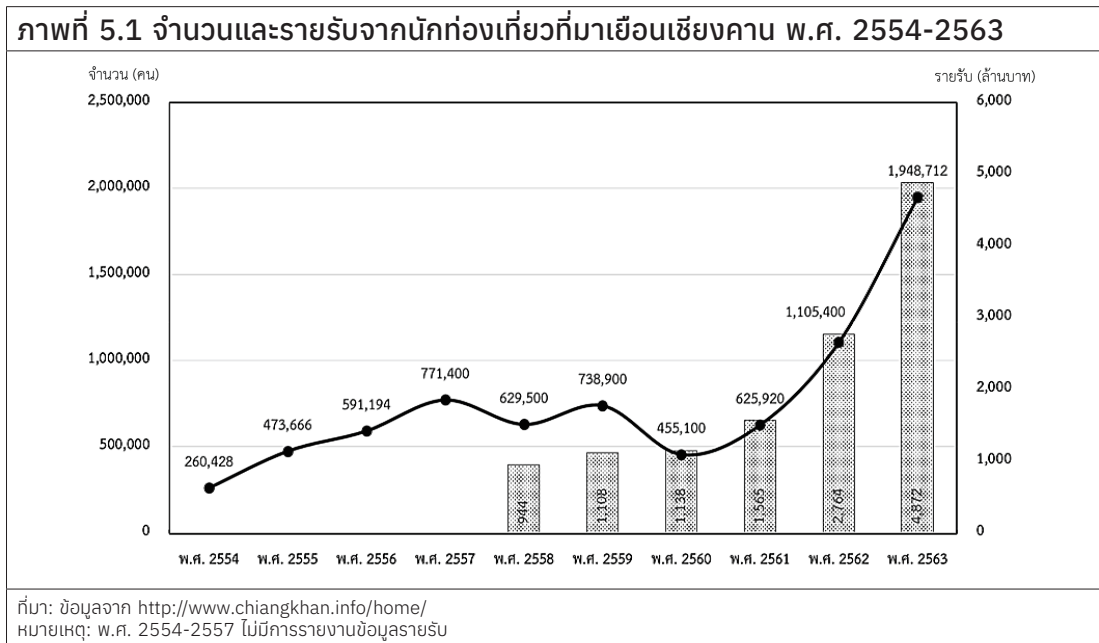
การพัฒนาและฟื้นฟูถนนริมโขงของเชียงคานเริ่มต้นจากการส่งเมือง (ถนนริมโขง) เข้าประกวดในโครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชนไทย (ด้านวัฒนธรรมชุมชน) เมื่อประมาณ พ.ศ. 2552⁷ โดยเป็นการนำเสนอในรูปแบบของพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต และมีเป้าหมายเพื่อต้องการอนุรักษ์เมืองและบ้านไม้เก่า ซึ่งในการพัฒนาเมืองเก่าเชียงคานได้ใช้เวลาวางแผนและเตรียมตัวอยู่ประมาณ 2 ปี ซึ่งหลังจากเทศบาลตำบลเชียงคานได้มีการจัดงานฉลอง “100 ปี เชียงคาน เมืองโบราณริมฝั่งโขง” เมื่อปลาย พ.ศ. 2552 ที่ถือได้ว่าเป็นงานเทศกาลที่เปิดตัวถนนริมโขง เชียงคานในฐานะของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ทำให้ถนนริมโขงเป็นที่รู้จักมากขึ้น มีคนเดินทางมาเยือนและถ่ายรูปเป็นจำนวนมาก รวมถึงมีการแนะนำหรือบอกต่อให้ผู้อื่นเดินทางมาเยือนด้วย จนเกิดเป็นกระแสนิยมจากการ post ภาพบ้านไม้เก่าในสื่อออนไลน์ต่างๆ ทั้งนี้จากการที่เชียงคานได้รับการกล่าวถึงในสื่อออนไลน์ต่างๆ และด้วยต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการ

⁵ บริเวณถนนคนเดินเชียงคานมีธุรกิจที่พักแรมประมาณร้อยละ 60-70 ขณะที่ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึกมีน้อย ส่วนใหญ่เป็นแผงลอยเนื่องจาก คนไทยนิยมซื้อและเดินทานมากกว่าที่จะนั่งกินในร้าน และนิยมเลือกซื้อของที่ระลึกตามร้านแผงลอยมากกว่าเดินเข้าไปในร้านขายของ

⁶ กิจกรรมใส่บาตรข้าวเหนียวเป็นหนึ่งในกิจกรรมประกอบการเสนอเพื่อเป็น 1 ใน 100 เมือง ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนระดับโลก พ.ศ. 2563

⁷ พ.ศ. 2552 โครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชนวัดศรีคุณเมือง ต.เชียงคาน ได้รับคัดเลือกให้เป็นโครงการดีเด่นระดับภูมิภาคประจำปีงบประมาณ 2552 ของสำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ

มาเยือนที่ไม่สูงจนเกินไป (เทศบาลตำบลเชียงคานประเมินไว้ที่ 2,500 บาท/คน/ทริป ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจในการศึกษานี้) ทำให้ถนนคนเดินเชียงคานกลายมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในเขตเทศบาลตำบลเชียงคานที่มีพื้นที่รวมกันประมาณ 2.7 ตารางกิโลเมตร ทั้งนี้ในช่วง พ.ศ. 2556-2559 เชียงคานต้องรองรับผู้มาเยือนในแต่ละปีสูงถึง 6-7 แสนคน และเพิ่มเป็นมากกว่า 1 ล้านคน ตั้งแต่ พ.ศ. 2562 ขณะที่ พ.ศ. 2563 แม้ว่าจะมีการระบาดของโควิด-19 แต่ในช่วงที่สถานการณ์การระบาดคลี่คลายระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 พบว่า เชียงคานมีผู้มาเยือนชาวไทยสูงถึงเกือบ 1 ล้านคน (เฉลี่ยเดือนละมากกว่า 3 แสนคน) ทำให้ในภาพรวมของ พ.ศ. 2563 มีผู้มาเยือนเชียงคานสูงถึง 1.9 ล้านคน และสามารถสร้างรายได้สูงถึง 4.87 พันล้านบาท (ภาพที่ 5.1)

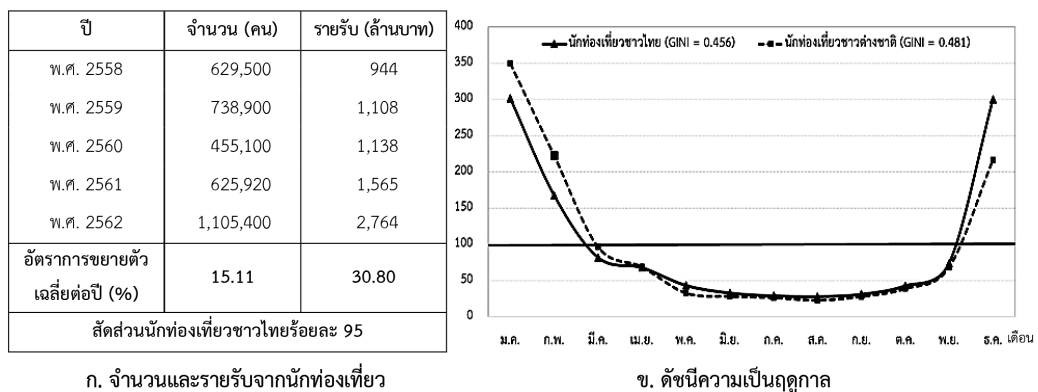


ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ภาพของการท่องเที่ยวเชียงคานจึงเป็นภาพของถนนคนเดินที่มีไม้ไผ่เพียงบ้านไม้เก่า แต่คุณค่าของการมาท่องเที่ยวเชียงคานอยู่ที่บรรยากาศของถนนคนเดินที่มีบ้านไม้เก่าเป็นองค์ประกอบหนึ่ง อย่างไรก็ตาม ผู้มาเยือนที่เป็นคนไทยส่วนใหญ่ไม่ได้ให้คุณค่ากับการอนุรักษ์บ้านไม้เก่า โดยเฉพาะคนในชนบทเนื่องจากเป็นสิ่งที่พบเห็นได้ทั่วไป จึงไม่ได้มีอะไรที่แปลกไปจากชีวิตปัจจุบัน ในขณะที่คนกรุงเทพฯ หรือคนในเมืองจะโยยหาบ้านไม้เก่ามากกว่า นอกจากบรรยากาศของถนนคนเดินและบ้านไม้เก่าแล้ว อุปนิสัยของคนเชียงคานก็เป็นอีกหนึ่ง

สิ่งดึงดูดใจที่มีศักยภาพมากที่สุด หรือถือได้ว่าเป็น factor endowment ที่สำคัญของเชียงคาน โดยคนเชียงคานเป็นคนที่ชอบเล่น อยากรับเงิน เอื้อเฟื้อต่อผู้มาเยือน ซึ่งเป็นวิถีชีวิตที่เป็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า คนเชียงคานเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในเชียงคานยังเป็นคนในพื้นที่ที่เป็นผู้สูงอายุวัยเกษียณมากกว่าผู้ลงทุนจากนอกพื้นที่ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมืองเชียงคานให้เป็นเมืองน่าอยู่ในอันดับแรกแทนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมุ่งหวังแต่ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ

จากข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวของเชียงคานที่เก็บรวบรวมโดยเทศบาลตำบลเชียงคาน พบว่า พ.ศ. 2562 เชียงคานมีนักท่องเที่ยวมาเยือนประมาณ 1.11 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2558 ที่มีจำนวนประมาณ 6.30 แสนคน ในอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 15.11 ต่อปี โดยในช่วง พ.ศ. 2558-2562 นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเชียงคานกว่าร้อยละ 95 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และประเมินว่านักท่องเที่ยวที่มาเยือนจะมีการใช้จ่ายประมาณ 1,500-2,500 บาท/คน/ทริป ทำให้ พ.ศ. 2562 เชียงคานมีรายรับจากนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประมาณ 2,764 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2558 ที่มีจำนวนประมาณ 944 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 30.80 ต่อปี (ภาพที่ 5.2ก) ทั้งนี้หากพิจารณาภาพที่ 5.2ข พบว่า การมาเยือนเชียงคานของนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นชาวไทยและชาวต่างชาติมีความเป็นฤดูกาลสูงมาก (มีค่าดัชนี GINI มากกว่า 0.4) โดยในช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ (4 เดือน) เป็นช่วงฤดูท่องเที่ยวของเชียงคาน ส่วนช่วงระหว่างเดือนมีนาคม-ตุลาคม (8 เดือน) เป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวของเชียงคาน

ภาพที่ 5.2 สถิตินักท่องเที่ยวของเชียงคาน พ.ศ. 2558-2562



ที่มา: ข้อมูลจาก <http://www.chiangkhan.info/home/>
หมายเหตุ: ค่าดัชนีความเป็นฤดูกาลเป็นค่าเฉลี่ยระหว่าง พ.ศ. 2558-2562

5.2 การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อเทศบาลตำบลเชียงคาน

ถนนคนเดินเชียงคานอยู่ในความดูแลของเทศบาลตำบลเชียงคาน ซึ่งนอกจากถนนคนเดินแล้ว ในพื้นที่รับผิดชอบของเทศบาลตำบลเชียงคาน (ครอบคลุมพื้นที่ 2.7 ตารางกิโลเมตร) ยังมีชุมชนในเขตปกครองทั้งหมดจำนวน 9 แห่ง สำหรับความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่พบว่า พ.ศ. 2562 มีจำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น 2,701 ครัวเรือน และมีประชากรรวมทั้งหมด 5,406 คน⁸ คิดเป็นความหนาแน่นของประชากรในพื้นที่เฉลี่ยประมาณ 2,000 คน/ตารางกิโลเมตร ในพื้นที่เทศบาลฯ มีโรงแรมจำนวน 5 แห่ง ที่พัก/โฮมสเตย์จำนวน 217 แห่ง และมีร้านอาหารจำนวน 50 แห่ง ประชากรในเทศบาลฯ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำนาและมีบางส่วนประกอบอาชีพประมง (เทศบาลตำบลเชียงคาน, 2563)

สำหรับการนำเสนอถึงการจัดการและการดำเนินงานของเทศบาลฯ จะนำเสนอเฉพาะส่วนที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อเท่านั้น โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 หัวข้อย่อยที่สำคัญ ได้แก่ การจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับชุมชน ชยะ และโครงสร้างพื้นฐาน และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังมีรายละเอียดในแต่ละหัวข้อย่อยพอสังเขปดังนี้

5.2.1 การจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับชุมชน

ชุมชนบ้านไม้เก่าบริเวณถนนคนเดิน (โซนการท่องเที่ยว) ถือเป็นชุมชนที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของเชียงคานมาก และเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเชียงคาน หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นหนึ่งในภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชียงคาน เทศบาลฯ ได้มีการจัดการโดยแบ่งพื้นที่บริเวณถนนคนเดินออกเป็น 3 โซนหลัก ได้แก่ โซนอนุรักษ์ (จากซอย 0-5) โซนบ้านไม้เก่า (จากซอย 5-19) และโซนสุขภาพ (จากซอย 19 ไปจนถึงเขตที่ติดกับ อบต. เชียงคาน) ซึ่งนอกจากถนนคนเดินริมโขงแล้ว ในพื้นที่เขตเทศบาลตำบลเชียงคานยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญอื่นๆ อีกหลายแห่ง เช่น สถานที่ท่องเที่ยวประเภทศิลปกรรมที่วัดศรีคุณเมือง ตั้งอยู่ที่บ้านเชียงคาน หมู่ 1 ตำบลเชียงคาน สวนสุขภาพเฉลิมพระเกียรติสำหรับพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนและนักท่องเที่ยว เป็นต้น

การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของเทศบาลฯ จะเน้นการบูรณาการและการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับชุมชน กล่าวคือ ชุมชนจะเป็นผู้ออกแบบการท่องเที่ยวเป็นหลักโดยมีเทศบาลฯ เป็นผู้วิเคราะห์ สนับสนุน รวมถึงช่วยออกแบบและขับเคลื่อนแผนการ

⁸ เทศบาลฯ คาดว่ามีประชากรแฝงประมาณ 18,000 กว่าคน และในแต่ละวันจะมีนักท่องเที่ยวอีกประมาณ 2,000-3,000 คน โดยเฉพาะในช่วงฤดูท่องเที่ยวจะมีผู้มาเยือนมากกว่านี้

ดำเนินงานต่าง ๆ ที่ชุมชนได้มีส่วนในการออกแบบ โดยชุมชนที่มีการดำเนินการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตเทศบาลตำบลเชียงคานมีจำนวน 3 กลุ่มหลัก ๆ ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านต้นหล้า เชียงคาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมเปิดเมืองเชียงคานเป็นเมืองท่องเที่ยวเมื่อ พ.ศ. 2551 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประมงพื้นบ้านเชียงคาน เป็นกลุ่มชาวประมงหาปลาในลำน้ำโขงเพื่อจัดการการท่องเที่ยวทางน้ำ และ 3) กลุ่มจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนวัดป่าไผ่ ซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกันกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านต้นหล้า แต่ขยายตัวเข้ามาในชุมชนวัดป่าไผ่ เพื่อใช้เป็นต้นแบบของการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเทศบาลฯ มีส่วนในการดำเนินการและร่วมกันออกแบบโดยคนภายในชุมชน

ที่ผ่านมาแกนนำในพื้นที่พยายามค่อย ๆ สร้างเครือข่าย ที่จะทำให้เห็นผลในเชิงประจักษ์ในเรื่องของการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวมาสู่ชุมชนก่อนที่จะดึงคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานและการจัดการ (โดยต้องทำความเข้าใจกับชุมชนให้ได้) ทั้งนี้ต้องไม่มีการดำเนินงานในลักษณะของการโยนให้ชุมชนทำหรือบังคับให้ทำ แต่ต้องแสดงให้เห็นว่าชุมชนจะได้รับประโยชน์อะไรจากการดำเนินงานร่วมกัน คนที่เข้าร่วมจะได้ประโยชน์อะไร (รวมกลุ่มแล้วจะได้อะไร หรืออะไรคือประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการรวมกลุ่ม) นอกจากนี้ คนที่เข้าร่วมต้องมีจิตอาสา และต้องมีผู้นำ/core operator ที่มีจิตอาสาและเสียสละ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า หากต้องการให้มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในพื้นที่เชียงคานต้องให้ทุกคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการและการดำเนินการ ซึ่งที่ผ่านมาชุมชนบริเวณถนนคนเดินเชียงคานยังขาดความเข้มแข็งในเรื่องของเครือข่าย/กลุ่ม กลุ่มที่มีอยู่ในปัจจุบันเป็นแบบเฉพาะกิจตามกิจกรรมที่เข้ามาส่งเสริมโดยภาครัฐ (การอบรม/ทำกิจกรรม และ/ผู้เข้าร่วมประชุมยังคงเป็นคนกลุ่มเดิม ๆ) นอกจากนี้ภายในชุมชนยังขาดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการอนุรักษ์อาคารและบ้านไม้เรือนโบราณที่ซึ่งเป็นหนึ่งในสิ่งดึงดูดใจสำคัญของการท่องเที่ยวในบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน เทศบาลตำบลเชียงคานจึงออกเทศบัญญัติเรื่อง กำหนดประเภท ลักษณะ แบบ รูปทรง ระยะหรือระดับของอาคาร และบริเวณห้ามก่อสร้าง ดัดแปลง รื้อถอน เคลื่อนย้าย ใช้หรือเปลี่ยนการใช้อาคารบางชนิดหรือบางประเภท ในท้องที่เทศบาลตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พ.ศ. 2553 โดยเทศบัญญัติดังกล่าวมีไว้เพื่ออนุรักษ์บ้านเรือนไม้เก่าบริเวณถนนชายโขง ตั้งแต่วัดท่าคกถึงวัดศรีคุณเมือง รวมถึงวัดสำคัญในเขตเทศบาลตำบลเชียงคาน เพื่อป้องกันมิให้มีการรื้อถอน ดัดแปลง หรือก่อสร้างอาคารที่ผิดแปลกไปจากรูปแบบเดิม โดยกำหนดห้ามสร้างอาคารสูงเกินสองชั้น หรือความสูงไม่เกิน 10 เมตร พื้นที่ไม่เกิน 200 ตารางเมตร ห้ามสร้างโรงงาน โรงมหรสพ โกดังสินค้า อาคารเลี้ยงสัตว์ อุ้งฆ้องมรดก หรือหอพัก เป็นต้น นอกจากนี้ ยังกำหนดให้วัสดุที่จะนำมาใช้ในการทำอาคารด้านนอกจะต้องเป็นไม้ หรือวัสดุทดแทนไม้ หรือวัสดุอื่นที่กลมกลืน ส่วนสีของหลังคา กำหนดให้ใช้ได้ 3 สี คือ สีน้ำตาล สีเทา และสีขาว เท่านั้น

5.2.2 การจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับขยะ

ภายใต้แนวคิดของเทศบาลตำบลเชียงคานที่ว่า การสร้างเมืองให้เป็นเมืองท่องเที่ยว ต้องไม่ให้ความสำคัญกับเรื่องของรายได้ (เศรษฐกิจ) เพียงอย่างเดียว แต่ต้องให้ความสำคัญกับการจัดการในเรื่องสิ่งแวดล้อมด้วย ดังนั้นเทศบาลฯ จึงให้ความสำคัญกับการจัดการสิ่งแวดล้อมในชุมชน โดยเฉพาะในเรื่องของขยะที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นการจัดการกับปัญหาขยะที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เทศบาลตำบลเชียงคานจึงได้ร่วมกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) จัดตั้งโรงงานคัดแยกและกำจัดขยะมูลฝอยของเทศบาลฯ (ศูนย์คัดแยกและกำจัดขยะมูลฝอย เทศบาลตำบลเชียงคาน) ซึ่งมีการเปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อ พ.ศ. 2558 โดยโรงงานดังกล่าวมีการติดตั้งเครื่องจักรที่ทันสมัยในการจัดการกับขยะ และสามารถผลิตไบโอแก๊ส ปุ๋ยหมักชีวภาพ ผลิตปุ๋ยอินทรีย์ แปรรูปพลาสติกเป็นน้ำมัน ผลิตน้ำส้มควันไม้ ทั้งนี้โรงงานดังกล่าวสามารถรองรับขยะจาก อบต. ต่างๆ และเทศบาลตำบลเชียงคาน ได้วันละ 50 ตัน สำหรับในเขตเทศบาลตำบลเชียงคานขยะจะเข้ามาดำเนินการจัดเก็บขยะในพื้นที่ในช่วงเวลา 03.00 น. (ต้องจัดเก็บขยะให้แล้วเสร็จก่อนเวลาประมาณ 04.30 น. ของทุกวัน) ก่อนที่จะมีกิจกรรมใส่บาตรข้าวเหนียวในเวลา 05.00 น.

ก่อน พ.ศ. 2558 เทศบาลฯ มีการกำหนดอัตราค่าจัดเก็บขยะ 15 บาท/ครัวเรือน ขณะที่ต้นทุนค่ากำจัดขยะกิโลกรัมละ 1.25 บาท/กิโลกรัม แต่เก็บจากครัวเรือนได้เพียง 0.33 บาท/กิโลกรัม ทำให้ใน พ.ศ. 2558 เทศบาลฯ จึงมีการแก้ไขปรับปรุงค่าเก็บและขนมูลฝอยทั่วไปใหม่ เป็น 30 บาท/เดือน สำหรับครัวเรือนที่มีปริมาณขยะในแต่ละวันไม่เกิน 20 ลิตร หากปริมาณขยะเกิน 20 ลิตร แต่ไม่เกิน 500 ลิตร ค่าเก็บและขนทุกๆ 20 ลิตร หรือเศษของแต่ละ 20 ลิตร จะเพิ่มขึ้นอีกเดือนละ 30 บาท (มีรายละเอียดของค่าเก็บขนในลักษณะอื่นๆ อีก ซึ่งสามารถดูเพิ่มเติมได้ที่เทศบัญญัติตำบลเชียงคาน เรื่อง การกำกจัดสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย พ.ศ. 2544 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 1) พ.ศ. 2558) ส่วนร้านค้าแผงลอย หาบเร่ หรือรถเข็นต้องเสียค่าจัดเก็บขยะในอัตราวันละ 10 บาท (เทศบาลฯ มีรายรับจากค่าเก็บขนขยะจากครัวเรือนและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในสัดส่วนประมาณร้อยละ 50:50) ทั้งนี้ แม้ว่าเทศบาลฯ จะมีการปรับปรุงค่าเก็บขนมูลฝอย แต่อย่างไรก็ตาม เทศบาลฯ ยังคงต้องใช้งบประมาณในการจัดการขยะสูงถึงปีละประมาณ 5 ล้านบาท (สำหรับจัดการกับปริมาณขยะ 3,800 ตัน/ปี) ในขณะที่เทศบาลฯ สามารถจัดเก็บค่าเก็บขนมูลฝอยได้ประมาณ 6 แสนบาท/ปี หรือโดยเฉลี่ยในแต่ละเดือนเทศบาลฯ จะมีค่าดูแลเรื่องขยะประมาณ 830 บาท/เดือน/ครัวเรือน แต่สามารถจัดเก็บได้จากครัวเรือนเพียง 30 บาท/เดือน/ครัวเรือน

โรงงานกำจัดขยะของเทศบาลฯ (ศูนย์คัดแยกและกำจัดขยะมูลฝอย เทศบาลตำบลเชียงคาน) ที่สร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2558 เป็นโรงงานคัดแยกขยะที่รับขยะมาจาก อบต. อื่นๆ ด้วย โดยในการบริหารจัดการโรงงานฯ มีค่าบริหารจัดการ 500 บาท/ตัน ค่าจัดเก็บขยะตันละ 300 บาท ซึ่งรายได้ที่ได้รับเพียงพอที่จะจ่ายค่าแรงสำหรับการคัดแยก แต่ไม่เพียงพอที่จะจ่ายค่าบำรุงรักษาและซ่อมบำรุงเครื่องจักรและรถบรรทุก โดยโรงงานฯ มีกำลังรองรับขยะได้ 25 ตัน/วัน ปัจจุบัน

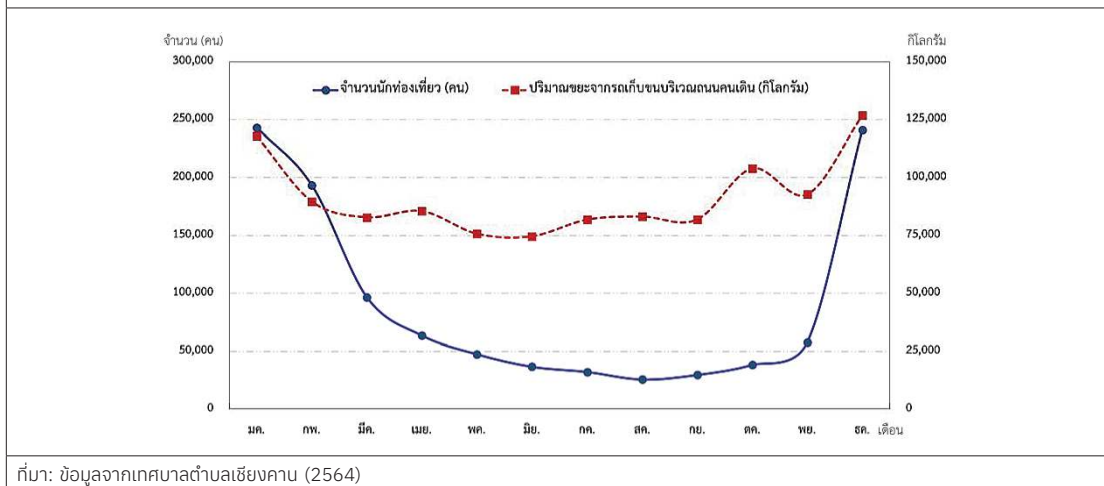
(พ.ศ. 2563) ขยะที่เข้าโรงงานฯ มีประมาณ 10 ตัน/วัน (เทศบาลฯ พยายามรณรงค์ให้นักท่องเที่ยว มีความรับผิดชอบในการมีส่วนร่วมช่วยลดการสร้างขยะ) ในขณะที่ผ่านมา (พ.ศ. 2560-2561) ขยะเข้าโรงงานมีประมาณ 16-20 ตัน/วัน และสามารถฝังกลบขยะได้ประมาณร้อยละ 60 (แยกขยะรีไซเคิล (recycle) กับขยะอินทรีย์ออก)⁹

ทั้งนี้เพื่อให้เห็นถึงภาระทางด้านงบประมาณของเทศบาลฯ ในการจัดการขยะ ในลำดับต่อไปเป็นการนำเสนอการประมาณการภาระต้นทุนของการจัดการขยะที่เกิดจากการมาเยือน ของนักท่องเที่ยวที่เทศบาลฯ ต้องแบกรับใน พ.ศ. 2562 โดยมีขั้นตอนการประมาณการ 2 ขั้นตอน ดังมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

1) การประมาณการปริมาณขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลสถิติปริมาณขยะมูลฝอยที่นำเข้าสู่ศูนย์คัดแยกและกำจัดขยะมูลฝอย เทศบาล ต่าบลเชียงคาน พบว่า พ.ศ. 2562 เทศบาลฯ สามารถจัดเก็บขยะได้ประมาณ 2,338 ตัน โดยใช้รถ เก็บขนขยะ 4 คัน ซึ่งจากการตรวจสอบและสอบถามทำให้ทราบว่า รถเก็บขนขยะที่เก็บขยะในบริเวณ ถนนคนเดินเชียงคานและบริเวณใกล้เคียงมีปริมาณขยะที่สามารถเก็บขนได้ประมาณ 1,097 ตัน หรือประมาณร้อยละ 46.91 ของปริมาณขยะที่สามารถเก็บขนได้ทั้งหมด ซึ่งเมื่อนำปริมาณขยะ ในแต่ละเดือนที่เก็บขนโดยรถเก็บขนขยะดังกล่าวมาตรวจสอบสหสัมพันธ์ (correlation) กับจำนวน นักท่องเที่ยวในแต่ละเดือนพบว่า มีค่าสหสัมพันธ์สูงถึง 0.78

ภาพที่ 5.3 จำนวนนักท่องเที่ยวและปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน



⁹ พ.ศ. 2560-2561 ปริมาณขยะสูงสุดที่เข้าโรงงานฯ อยู่ที่ประมาณวันละ 15-16 ตัน ส่วน พ.ศ. 2562 ปริมาณขยะสูงสุดที่เข้า โรงงานฯ อยู่ที่ประมาณวันละ 16 ตัน สำหรับ พ.ศ. 2563 ปริมาณขยะสูงสุดอยู่ที่ประมาณวันละ 11 ตัน และต่ำสุดประมาณ 4.5 ตันต่อวัน (ไม่สามารถลดลงได้มากกว่านี้แล้ว)

จากภาพที่ 5.3 พบว่า ในช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 การเปลี่ยนแปลงของปริมาณขยะและจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเชียงคานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (มีการเพิ่มและลดในทิศทางเดียวกัน) ดังนั้น จึงคำนวณหาการเพิ่มขึ้นและลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวและปริมาณขยะในช่วงดังกล่าว ก่อนที่จะนำการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมาคำนวณหาอัตราการก่อขยะของนักท่องเที่ยวต่อคน ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเชียงคานแต่ละคนจะมีอัตราการก่อขยะประมาณ 0.60 กิโลกรัม ซึ่งใกล้เคียงกับอัตราการก่อขยะจากผู้เข้าพักในโรงแรมแห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ในบริเวณถนนคนเดินที่มีประมาณ 0.51 กิโลกรัม/คน¹⁰ และจากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวของเทศบาล พบว่า พ.ศ. 2562 เชียงคานมีนักท่องเที่ยวมาเยือนประมาณ 1.11 ล้านคน ดังนั้น จึงสามารถประมาณการได้ว่า พ.ศ. 2562 เชียงคาน (เฉพาะในเขตพื้นที่เทศบาล) จะมีปริมาณขยะที่เกิดจากการมาเยือนของนักท่องเที่ยวประมาณ 663.24 ตัน และเมื่อนำปริมาณขยะดังกล่าวไปหักลบออกจากปริมาณขยะทั้งหมดที่เทศบาล จัดเก็บได้ (ประมาณ 2,337.77 ตัน) จะมีปริมาณขยะที่เหลือประมาณ 1,674.53 ตัน ซึ่งคาดว่าจะจะเป็นปริมาณขยะที่เกิดจากครัวเรือนที่อยู่ในพื้นที่เขตเทศบาล โดยสามารถคิดเทียบเป็นต่อครัวเรือนได้ประมาณ 1.70 กิโลกรัม/ครัวเรือน/วัน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 5.1) ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของปริมาณขยะต่อครัวเรือนของจังหวัดเลยใน พ.ศ. 2562 ที่มีประมาณ 2.44 กิโลกรัม/ครัวเรือน/วัน¹¹

2) การประมาณการต้นทุนการจัดการขยะจากนักท่องเที่ยว

จากข้อมูลในเทศบัญญัติ เรื่อง งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 พบว่า พ.ศ. 2562 เทศบาลตำบลเชียงคานได้ประมาณการรายจ่ายของงานกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลที่เป็นงบดำเนินการไว้ประมาณ 1.71 ล้านบาท¹² (หรือประมาณ 0.73 บาท/กิโลกรัม) ในปีเดียวกันนี้ เทศบาลฯ สามารถเก็บค่าธรรมเนียมเก็บและขนขยะมูลฝอยจากครัวเรือนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ของเทศบาลฯ ได้ประมาณ 4.59 แสนบาท¹³ ดังนั้นจึงมีงบประมาณบางส่วนที่เทศบาลฯ ต้องจ่ายเพิ่มเติมสำหรับการจัดการขยะประมาณ 1.25 ล้านบาท จากงบประมาณที่ต้องจ่ายเพิ่มดังกล่าว เมื่อหักในส่วนของนักท่องเที่ยว (0.73 บาท/กิโลกรัม X 663.24 ตัน) แล้วนำมาหารจำนวนครัวเรือนทั้งหมดในเขตเทศบาลฯ ที่มีอยู่จำนวน 2,701 ครัวเรือน พบว่า เทศบาลฯ

¹⁰ อัตราการก่อขยะดังกล่าวมีความใกล้เคียงกับข้อมูลอัตราการเกิดขยะของผู้เข้าพักในโรงแรมแห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ในบริเวณถนนคนเดินเชียงคานและยังเป็นกรณีตัวอย่างของการศึกษาครั้งนี้ด้วย ซึ่งจากการเก็บข้อมูลของโรงแรมพบว่า พ.ศ. 2562 ผู้เข้าพัก 1 คน จะมีอัตราการก่อขยะประมาณ 0.51 กิโลกรัม/คน

¹¹ จากข้อมูลในรายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย ปี 2562 ของกรมควบคุมมลพิษ พบว่า จังหวัดเลยมีปริมาณขยะต่อวันประมาณ 662.78 ตัน และจากสถิติจำนวนครัวเรือนในจังหวัดเลยของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า พ.ศ. 2562 จังหวัดเลยมีครัวเรือนประมาณ 2.71 แสนครัวเรือน ดังนั้น สามารถประมาณการอัตราการก่อขยะของครัวเรือนในจังหวัดเลยของ พ.ศ. 2562 ได้ประมาณ 2.44 กิโลกรัม/ครัวเรือน/วัน

¹² นับเฉพาะค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล และได้รวมค่าใช้จ่ายให้ศูนย์คัดแยกและกำจัดขยะมูลฝอยแล้ว จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่เทศบาลฯ ที่รับผิดชอบ เมื่อเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 ภาษีทราบว่า เทศบาลฯ มีการประเมินต้นทุนการจัดการขยะไว้ที่ 2.24 ล้านบาท/ปี

¹³ พ.ศ. 2562 ศูนย์คัดแยกและกำจัดขยะมูลฝอย เทศบาลตำบลเชียงคาน เก็บเงินค่าให้บริการจากเทศบาลฯ เป็นจำนวนเงิน 0.69 ล้านบาท

จะมีต้นทุนการจัดการขยะที่ต้องแบกรับภาระเพิ่มขึ้นต่อครัวเรือนประมาณ 0.78 บาท/ครัวเรือน/วัน หรือประมาณ 0.77 แสนบาท/ปี สำหรับในกรณีของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเชียงใหม่ เทศบาลฯ จะมีภาระทางด้านงบประมาณสำหรับใช้ในการจัดการขยะ ประมาณ 0.49 ล้านบาท/ปี หรือประมาณ 0.47 บาทต่อนักท่องเที่ยว 1 คน ($0.73 \text{ บาท/กิโลกรัม} \times 0.60 \text{ กิโลกรัม/คน}$) (ดูรายละเอียดในตารางที่ 5.1)

จากผลการวิเคราะห์ทั้งสองส่วนสามารถสรุปได้ว่า พ.ศ. 2562 เทศบาลตำบลเชียงใหม่มีปริมาณขยะที่เกิดจากการท่องเที่ยวประมาณ 663.24 ตัน หรือประมาณร้อยละ 28 ของปริมาณขยะทั้งหมดของเทศบาลฯ โดยปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้เทศบาลฯ มีภาระทางด้านงบประมาณสำหรับใช้ในการจัดการขยะดังกล่าวประมาณ 0.49 ล้านบาท/ปี หรือประมาณร้อยละ 28 ของประมาณการรายจ่ายงานกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลที่เป็นงบดำเนินการ โดยนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลเชียงใหม่ 1 คน จะมีอัตราการก่อขยะประมาณ 0.60 กิโลกรัมต่อนักท่องเที่ยว 1 คน หรือคิดเป็นภาระทางด้านงบประมาณของเทศบาลฯ ประมาณ 0.47 บาท/คน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 5.1)

สำหรับปัญหาขยะของเทศบาลตำบลเชียงใหม่ใน พ.ศ. 2563 เป็นปัญหาในเรื่องของรถตักขยะที่ไม่สามารถใช้งานได้ (รถตักเสียทำให้ไม่สามารถตักขยะได้ และขาดงบประมาณในการซ่อมบำรุง) โดยปัญหาเกิดขึ้นมาตั้งแต่ พ.ศ. 2561 รวมทั้งการที่เครื่องจักรที่ใช้ในการคัดแยกขยะไม่สามารถทำงานได้ ดังนั้นจึงมีขยะตกค้างประมาณ 3,000 กว่าตัน สำหรับรอการฝังกลบ จึงต้องจ้างบริษัทภายนอกมาฝังกลบ (การออกแบบโรงงานฯ ครั้งแรกเป็นการมองเพียงการคัดแยกไม่ได้มองถึงการฝังกลบ และไม่มีการตั้งงบประมาณเพื่อใช้ในกรณีที่เครื่องจักรชำรุด) โดยวิธีแก้ไขปัญหามูลขยะที่ดำเนินการอยู่ คือ 1) ครัวเรือนและผู้ประกอบการช่วยกันคัดแยกขยะ ให้เหลือเฉพาะขยะที่จะนำไปฝังกลบเพียงอย่างเดียว และ 2) เทศบาลฯ ได้เพิ่มชั่วโมงการทำงานของพนักงานที่ดูแลการจัดเก็บขยะในพื้นที่สาธารณะให้มากขึ้น¹⁴ สำหรับใน พ.ศ. 2564 เทศบาลฯ ได้ดำเนินการฝังกลบขยะตกค้างเป็นที่เรียบร้อยแล้ว แต่เครื่องจักรที่ใช้ในการคัดแยกขยะยังไม่สามารถใช้งานได้ จึงใช้วิธีฝังกลบขยะทั้งหมดโดยไม่มีการคัดแยก

¹⁴ เทศบาลฯ มีคนงานคัดแยกขยะของเทศบาลฯ ที่มีรายได้จากค่าจ้างของเทศบาลฯ คนละ 7,200 บาท/เดือน และคนงานยังมีรายได้จากการขายขยะรีไซเคิลประมาณ 300-350 บาท/เดือน/คน โดยโรงคัดแยกขยะมีพนักงานรวม 32 คน แบ่งเป็นผู้ปฏิบัติงานแยกขยะ 18 คน และอีก 14 คนเป็นเจ้าหน้าที่ประจำรถเก็บขยะ

ตารางที่ 5.1 ประมาณการต้นทุนการจัดการขยะจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่เทศบาลตำบลเชียงคาน พ.ศ. 2562

รายการ	จำนวน
1. จำนวนนักท่องเที่ยว (คน) ^{1/}	1,105,400
2. จำนวนครัวเรือนในเขตเทศบาลฯ (ครัวเรือน) ^{2/}	2,701
3. ปริมาณขยะที่เก็บได้ (กิโลกรัม) ^{3/}	2,337,774
• ขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยว (กิโลกรัม) (ปริมาณขยะเฉลี่ยต่อนักท่องเที่ยว 1 คน เท่ากับ 0.60 กิโลกรัม)	663,240
• ขยะจากครัวเรือน (กิโลกรัม) (ปริมาณขยะเฉลี่ยต่อครัวเรือนต่อวัน เท่ากับ 1.70 กิโลกรัม/ครัวเรือน/วัน)	1,674,534
4. งบประมาณรายจ่ายงานกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล (บาท) ^{4/}	1,712,000
• ค่าธรรมเนียมเก็บและขนขยะมูลฝอย (บาท) ^{4/}	459,340
• งบประมาณที่เทศบาลฯ ต้องจ่ายเพิ่มเติมสำหรับการจัดการขยะ (บาท)	1,252,660
ต้นทุนการจัดการขยะต่อครัวเรือนทั้งหมดที่เทศบาลฯ ต้องรับภาระ (บาท) (ต้นทุนการจัดการขยะต่อครัวเรือนที่เทศบาลฯ ต้องรับภาระ เท่ากับ 0.78 บาท/ครัวเรือน/วัน)	766,960
ต้นทุนการจัดการขยะต่อนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เทศบาลฯ ต้องรับภาระ (บาท) (ต้นทุนการจัดการขยะต่อนักท่องเที่ยว 1 คน ที่เทศบาลฯ ต้องรับภาระ เท่ากับ 0.47 บาท/คน)	485,700

ที่มา: ประมาณการจากข้อมูลของเทศบาลตำบลเชียงคาน
 หมายเหตุ: ^{1/} เป็นข้อมูลจากเว็บไซต์เทศบาลตำบลเชียงคาน (<http://www.chiangkhan.info/home/>)
^{2/} เป็นข้อมูลจากแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลเชียงคาน ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2562
^{3/} เป็นข้อมูลจากศูนย์คัดแยกและกำจัดขยะมูลฝอย เทศบาลตำบลเชียงคาน
^{4/} เป็นข้อมูลจากเทศบัญญัติ เรื่อง งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

5.2.3 การจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เทศบาลตำบลเชียงคานมีการลงทุนเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่กว่า 2 ล้านบาท/ปี¹⁵ เช่น การซ่อมแซมถนน ดูแลทางระบายน้ำ ฯลฯ นอกจากนี้ เทศบาลฯ ยังต้องดูแลในเรื่องของการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ซึ่งมีงบประมาณประมาณ 5 แสนบาทต่อปี (มีเจ้าหน้าที่ดูแลด้านความปลอดภัยประมาณ 8-9 คน) สำหรับกิจกรรมส่งเสริมด้านวัฒนธรรมมีงบประมาณปีละประมาณ 1 แสนบาท ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า ช่วง พ.ศ. 2562-2563 เทศบาลฯ มีงบประมาณในส่วนโครงสร้างพื้นฐานลดลงประมาณร้อยละ 90 เหลือประมาณ 4-5 แสนบาท ซึ่งสวนทางกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเป็นมากกว่า 1 ล้านคนต่อปี ทั้งนี้ เนื่องมาจากการที่เทศบาลฯ สามารถจัดเก็บภาษีที่ดินและโรงเรือนได้น้อยลง (ก่อน พ.ศ. 2562 สามารถจัดเก็บภาษีในส่วนนี้ได้ประมาณ 4 ล้านบาท/ปี) นอกจากนี้ ในบริเวณถนนคนเดินเชียงคานยังมีโครงการพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวที่มีการก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง

¹⁵ ในช่วง พ.ศ. 2540-2560 งบประมาณของเทศบาลตำบลเชียงคานอยู่ที่ประมาณ 80 ล้านบาท/ปี ส่วนในช่วง พ.ศ. 2562-2563 เทศบาลมีงบประมาณเหลือเพียงประมาณ 68 ล้านบาท/ปี ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นมากกว่า 1 ล้านคน/ปี

ตลอดกว่าทศวรรษที่ผ่านมา โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหลายแห่ง อาทิเช่น กรมโยธาธิการ และผังเมือง ได้ทำเส้นทางปั่นจักรยาน ก่อสร้างทางเดินริมแม่น้ำโขง ทำเขื่อนป้องกันตลิ่งทรุดรวมถึงการจัดการการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน เป็นต้น

สำหรับหน่วยงานที่เข้ามาดูแลและขับเคลื่อนเชียงคานอย่างจริงจัง (โดยเฉพาะบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน) ในช่วงตั้งแต่ พ.ศ. 2562 เป็นต้นมา ได้แก่ องค์การบริหารพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) สำนักงานพื้นที่พิเศษ 5 (อพท. 5) ซึ่งในระยะเวลา 2 ปี (พ.ศ. 2562-2563) อพท. มีการลงทุนไปแล้วประมาณ 20 กว่าล้านบาท โดยมุ่งเน้นในเรื่องของมาตรฐาน กระบวนการจัดทำแผนฯ มีการสนับสนุนให้เกิดกลุ่มประมงพื้นบ้าน มีการลงทุนปรับปรุงบ้านไม้เก่าจำนวน 2 หลัง ให้เป็นที่เยี่ยมชมในรูปแบบของพิพิธภัณฑ์ สนับสนุนในเรื่องการใส่บาตรข้าวเหนียว ฆาสดลอยเคราะห์ ปรับปรุงภูมิทัศน์ (แม่โขงริเวอร์อาร์ต) ทั้งนี้นอกจากพื้นที่บริเวณถนนคนเดินเชียงคานแล้ว ยังได้มีการเข้าไปดำเนินการในพื้นที่ใกล้เคียงอย่างเช่น การเข้าไปฟื้นฟูหมู่บ้านและพิพิธภัณฑ์ไคดำ (ซึ่งอยู่ห่างออกไปจากถนนคนเดิน) พัฒนาพื้นที่บ้านท่าดีหมี (บริเวณ skywalk) อบรมการให้บริการของสามล้อ จัดการในเรื่องความปลอดภัยร่วมกับตำรวจ (ชุดตำรวจโบราณ) ขึ้นทะเบียนเรือให้บริการในลำน้ำโขง ฯลฯ ซึ่งโดยสรุปแล้วในช่วง พ.ศ. 2562-2563 อพท. มีการดำเนินการเพื่อพัฒนาพื้นที่เชียงคานมาแล้วกว่า 31 โครงการ

การพัฒนาการท่องเที่ยวของ อพท. ที่เชียงคาน ส่วนหนึ่งต้องการให้เป็นไปตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม โดยมุ่งไปที่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ปัจจุบันชุมชนยอมรับว่าการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แต่มีความขัดแย้งภายในชุมชน ที่ผ่านมา อพท. พยายามให้ชุมชนร่วมกันร่างแผนยุทธศาสตร์ (การท่องเที่ยว) ของเชียงคานด้วยตนเอง โดยหวังว่าใน พ.ศ. 2568 เชียงคานจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีส่วนราชการเข้าไปทำงานในลักษณะของการสนับสนุนและหนุนเสริม ดังนั้น อพท. จึงได้สนับสนุนให้เทศบาลฯ และชุมชนร่วมกันจัดทำแผนฯ ด้วยตนเอง ไม่ใช่ อพท. เป็นผู้จัดทำ โดยในการประชุมครั้งแรก พบว่า มีผู้เข้าร่วมกว่า 100 คน แล้วคัดเลือกจนเหลือ 50-60 คน (เรียกว่า สภาเมือง) เพื่อทำงานร่วมกับเทศบาลฯ ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ร่วมกัน โดยมี อพท. ทำกระบวนการให้ (อพท. จัดกิจกรรมทำแผนยุทธศาสตร์ โดยพาไปดูงานจำนวน 6 ครั้ง) สำหรับแผนยุทธศาสตร์ เมื่อจัดทำเสร็จแล้วจะมีส่วนราชการดำเนินการและนำแผนฯ ไปใช้ ทั้งนี้แผนฯ ที่จัดทำขึ้นเป็นแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องแปลงเป็นแผนดำเนินงาน โดยการจัดทำแผนฯ อยู่บนพื้นฐานของการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา ใช้กลไกของแผนฯ ในการดำเนินงานและขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวของเชียงคาน

5.3 การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจที่พักแรม

การนำเสนอตัวอย่างการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจที่พักแรมที่อยู่ในพื้นที่บริเวณถนนคนเดินเชียงใหม่ แบ่งกรณีตัวอย่างออกเป็น 4 กรณี ตามรูปแบบการให้บริการและตามลักษณะของสถานที่พักแรม ได้แก่ ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ที่พักแรมแบบเกสต์เฮาส์ที่เป็นบ้านไม้เก่า ที่พักแรมแบบเกสต์เฮาส์ที่เป็นบ้านไม้ที่ก่อสร้างใหม่ และที่พักแรมที่เป็นโรงแรมประเภทบูติกโฮเทล ทั้งนี้ ด้วยข้อจำกัดของข้อมูลที่ได้จากผู้ประกอบการ และด้วยรูปแบบการให้บริการของโฮมสเตย์และเกสต์เฮาส์ที่มีจำนวนห้องพักไม่มาก (ประมาณไม่เกิน 5-10 ห้อง/ที่พักแรม 1 แห่ง) จึงเป็นการยากที่จะประเมินถึงต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจที่พักแรม ดังนั้นจึงประเมินต้นทุน-ผลตอบแทนในกรณีดังกล่าวเฉพาะที่พักแรมที่เป็นโรงแรมประเภทบูติกโฮเทลเท่านั้น ดังมีรายละเอียดในแต่ละกรณีตัวอย่างพอสังเขปดังนี้

5.3.1 กรณีตัวอย่างที่พักแรมแบบโฮมสเตย์

โฮมสเตย์แห่งนี้เป็น 1 ใน 5 โฮมสเตย์ที่ยังคงเหลืออยู่ในบริเวณถนนริมโขงของเชียงใหม่ (ปัจจุบันเชียงใหม่มีรูปแบบการให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์เหลือน้อยมากเมื่อเทียบกับช่วง 10 ปีที่แล้ว) ซึ่งเปิดให้บริการมาแล้วกว่า 6 ปี และเป็นหนึ่งในจุดถ่ายรูปบ้านไม้เก่าที่ได้รับความนิยมจากผู้ที่มาเยือนถนนคนเดินเชียงใหม่ (ถนนคนเดินเชียงใหม่มีบ้านไม้เก่าเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญ) เนื่องจาก ตัวบ้านยังคงมีลักษณะดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์ของเชียงใหม่ เช่น หลังคามุงด้วยสังกะสี (ต้องเป็นสีแดงและมีการตีฝ้าได้สังกะสี) พื้นเป็นกระเบื้องดินเผา ฝาเป็นบานเฟี้ยม เป็นต้น ซึ่งปัจจุบันเหลือบ้านไม้เก่าที่เป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมของเชียงใหม่ไม่เกิน 10 หลัง¹⁶ ส่วนใหญ่เป็นบ้านไม้แบบโมเดิร์นมากขึ้น (โครงสร้างเป็นปูนหุ้มด้วยไม้) เนื่องจาก หน่วยงานท้องถิ่นไม่ได้ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์บ้านไม้เก่า แต่มีข้อกำหนดเพียงเป็นบ้านที่ใช้ไม้ (ตามเทศบัญญัติ)

¹⁶ คนไทยไม่ได้ให้คุณค่ากับการอนุรักษ์บ้านไม้เก่าแต่ชอบบรรยากาศของถนนคนเดินที่มีบ้านไม้เก่า โดยเฉพาะคนในชนบท เนื่องจากสามารถพบเห็นบ้านไม้เก่าอยู่ทั่วไป จึงไม่ได้มีอะไรแปลกไปจากชีวิตปัจจุบัน ในขณะที่คนกรุงเทพฯ /คนในเมืองจะหายากบ้านไม้เก่ามากกว่าแต่ก็เป็นกลุ่มเฉพาะ

พ.ศ. 2562 โฮมสเตย์แห่งนี้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3 ธุรกิจ ได้แก่

1) การให้บริการที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ เปิดให้บริการเฉพาะฤดูหนาวช่วงเดือนพฤศจิกายน-มกราคม (3 เดือนเท่านั้น)¹⁷ โดย พ.ศ. 2562 มีรายรับจากการให้บริการที่พักแรมประมาณ 4-5 หมื่นบาท/เดือน

2) ร้านกาแฟและเครื่องดื่ม มีการเปิดบริการตลอดทั้งปี โดยช่วงปกติจะมีรายรับประมาณ 2-3 หมื่นบาท/เดือน หากเป็นฤดูท่องเที่ยวจะขายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 30 และหากเดือนใดมีเทศกาลที่เป็นวันหยุดยาวจะขายได้ประมาณ 1 แสนบาท/เดือน ทั้งนี้ในบางวันในช่วงฤดูท่องเที่ยวสามารถขายได้ถึงวันละ 1 หมื่นกว่าบาท โดยการขายกาแฟจะมีกำไรประมาณร้อยละ 70 ซึ่งใน พ.ศ. 2562 มีรายรับจากร้านกาแฟในช่วงฤดูท่องเที่ยวรวมกันประมาณ 1.0-1.5 แสนบาท¹⁸ (รวม 3 เดือน)

3) ร้านขายสินค้าทั่วไปในรูปแบบของร้านโชห่วยที่ขายของเล็กๆ น้อยๆ ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ซึ่งสามารถขายได้เรื่อย ๆ ทั้งปี¹⁹

นอกจากธุรกิจทั้งสามประเภทแล้ว เนื่องจากโฮมสเตย์แห่งนี้ตั้งอยู่ติดกับถนนคนเดินเชียงคาน ดังนั้นในช่วงเย็นๆ จะมีการให้เข้าพื้นที่บริเวณหน้าร้านเพื่อขายสินค้าให้กับผู้ที่มาเดินถนนคนเดินของเชียงคานด้วย²⁰

จากข้อมูลรายรับจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า รายรับจากโฮมสเตย์ค่อนข้างน้อย และยังมีระยะเวลาของการได้รับรายรับเพียง 3 เดือนเท่านั้น²¹ ดังนั้นครัวเรือนที่ให้บริการโฮมสเตย์แห่งนี้จึงอยู่ได้จากรายรับในการจำหน่ายกาแฟและเครื่องดื่ม (ช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวมีรายรับประมาณ 2-3 หมื่นบาท/เดือน) และการให้เข้าพื้นที่หน้าร้านเพื่อขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว

โฮมสเตย์แห่งนี้เป็นที่พักราคาถูกที่เน้นการบอกต่อ (ไม่มีการโฆษณา) ลูกค้านิยมมาพักค้างแรมเพียงคืนเดียว ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นนักศึกษาในมหาวิทยาลัยที่ชอบมาเรียนรู้และสัมผัสประสบการณ์จากวิถีชีวิตของชาวบ้าน (ในช่วง 2-3 ปี ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 มีแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง) รวมถึงผู้สูงอายุที่ชอบพักบ้านไม้เก่า ส่วนวัยรุ่นหนุ่มสาวในวัยทำงานจะไม่ชอบมาพักเนื่องจากไม่มีความสะดวกสบายเหมือนกับการพักเกสต์เฮาส์/โรงแรม โดยวัยรุ่นกลุ่มนักศึกษาที่มาใช้บริการโฮมสเตย์แห่งนี้นิยมมาเป็นกลุ่ม

¹⁷ เนื่องจากห้องพักไม่มีเครื่องปรับอากาศ เพราะการติดตั้งเครื่องปรับอากาศจะทำให้ไม่มีความชื้นและรวดเร็ว ดังนั้นหากต้องการติดตั้งเครื่องปรับอากาศจะต้องบุฝาด้านในของบ้าน ซึ่งอาจไม่คุ้มค่า เพราะ เมื่อติดตั้งเครื่องปรับอากาศแล้วจะทำให้ลูกค้ามีความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพิ่มขึ้น เช่น ต้องการห้องน้ำภายในห้องพัก โกรทส์นั ตูเย็น ฯลฯ เนื่องจาก ภาพของที่พักจะถูกยกระดับจากโฮมสเตย์เป็นเกสต์เฮาส์/โรงแรมที่มีมาตรฐานมากขึ้น

¹⁸ รวมยอดขายเบียร์กระป๋องด้วย โดยขายให้กับนักท่องเที่ยวในราคากระป๋องละ 45 บาท แต่ถ้าเป็นเบียร์สิงห์จะขายในราคากระป๋องละ 50 บาท (ตามธรรมเนียมชุมชนไม่อนุญาตให้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และไม่อนุญาตให้นั่งดื่มเป็นวง แต่มีการผ่อนปรนก็สามารถซื้อแล้วเดินกินโดยใส่ถุงกระดาษให้มิดชิด)

¹⁹ ผู้ประกอบการไม่สะดวกที่จะให้ข้อมูลรายรับจากการขายสินค้าทั่วไป จึงไม่มียอดรายรับดังกล่าว

²⁰ ผู้ประกอบการไม่สะดวกที่จะให้ข้อมูลค่าเช่าพื้นที่หน้าร้าน จึงไม่มียอดรายรับดังกล่าว

²¹ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องเป็นเพียงรายได้เสริมให้กับครัวเรือน ไม่สามารถเป็นแหล่งรายได้หลักให้กับครัวเรือนได้

ประมาณ 4-5 คน โดยปกติในช่วงวันหยุดจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าวันธรรมดาซึ่งโดยทั่วไปจะมีลูกค้าเข้าพักเป็นจำนวนมากในช่วงวันศุกร์-เสาร์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมมาพักที่เชียงใหม่ในช่วงวันหยุด เพราะเชียงใหม่มีสถานที่/กิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พักค้างแรมได้หลายคืน ขณะเดียวกันโปรแกรมทัวร์สำหรับแนะนำนักท่องเที่ยวก็มีไม่หลากหลาย (หรือแทบจะไม่มี) ทั้งนี้ ในช่วงฤดูหนาวลูกค้าส่วนใหญ่จะมาพัก 2 คืน (ช่วงวันศุกร์-เสาร์) โดยโฮมสเตย์แห่งนี้จะติดต่อและนำเสนอข้อมูลของโฮมสเตย์รวมทั้งการสื่อสารกับลูกค้าผ่านทาง Facebook และใช้การบอกต่อเป็นสำคัญ

สำหรับการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของโฮมสเตย์แห่งนี้จะเป็นในเรื่องของการร่วมอนุรักษ์บ้านไม้เก่าที่เป็นหนึ่งในจุดขายที่สำคัญของถนนคนเดินเชียงใหม่ และยังมีการแบ่งปันประสบการณ์การพำนักรักในบ้านไม้เก่าให้กับผู้เข้าพัก ซึ่งบ้านไม้เก่าที่อนุรักษ์ไว้เป็นหนึ่งในจุดถ่ายรูปสำคัญบนถนนคนเดินเชียงใหม่ และยังมีส่วนช่วยดึงดูดให้ผู้มาเยี่ยมชมถนนคนเดินแวะซื้อกาแฟและเครื่องดื่มมาหยุดถ่ายรูปที่บ้านไม้เก่า โฮมสเตย์ที่เป็นบ้านไม้เก่าแห่งนี้มีห้องพักที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวจำนวน 2 ห้อง เป็นห้องพักได้ 2 คน 2 ห้อง และพักได้ 4-5 คน อีก 1 ห้อง โดยคิดค่าบริการในอัตรา 250 บาท/คน/คืน เท่ากันสำหรับห้องพักทั้งสองประเภท (ในช่วงที่ให้บริการประมาณ 3 เดือน จะมีรายรับประมาณ 5 หมื่นกว่าบาท/เดือน) โดยมีต้นทุนส่วนเพิ่มที่สำคัญสำหรับการดูแลรักษาบ้านไม้เก่าและการให้บริการโฮมสเตย์ในแต่ละปีดังนี้

1) ค่าซ่อมแซมดูแลบ้าน เช่น การเปลี่ยนไม้ที่ผุและชำรุด การเปลี่ยนและซ่อมแซมผ้าเบรค เป็นต้น ซึ่งมีต้นทุนปีละประมาณ 2 หมื่นกว่าบาท (ผู้ประกอบการไม่มีเงินทุนที่จะปรับปรุงบ้านใหม่ทั้งหลัง)

2) ค่าฉีดปลวกปีละ 2 ครั้ง ๆ ละประมาณ 4,000 กว่าบาท

3) เครื่องนอนที่ให้บริการในห้องพักจะมีการเปลี่ยนเป็นชุด ๆ โดยจะเปลี่ยนฟูกทุก ๆ 3-4 ปี ซึ่งมีต้นทุนประมาณ 5 พันบาทต่อชุด (ใช้ประมาณ 7 ชุด) ส่วนผ้าห่มใช้การซักเก็บเมื่อไม่มีการใช้งาน ยังไม่เคยมีการซื้อมาเปลี่ยนใหม่

นอกจากต้นทุนดังกล่าวแล้ว ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมา โฮมสเตย์ได้เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบประหยัด (หลอด LED) แทนหลอดไฟแบบเดิมที่ไม่ประหยัดพลังงาน²² ซึ่งสามารถช่วยลดค่าไฟฟ้าได้ประมาณร้อยละ 10 ต่อเดือน (ปกติค่าไฟฟ้าของโฮมสเตย์แห่งนี้จะอยู่ที่ประมาณเดือนละ 2,500 บาท (มีตู้แช่เย็น) แต่หลังจากเปลี่ยนมาใช้หลอดประหยัดไฟ ทำให้ค่าไฟฟ้าของโฮมสเตย์ลดลงเหลือประมาณเดือนละ 2,000 บาท (หรือลดลงประมาณ 500 บาท/เดือน)

²² ผู้ประกอบการจัดต้นทุนในการเปลี่ยนหลอดไฟไม่ได้

สำหรับในเรื่องของการจัดการขยะ โฮมสเตย์แห่งนี้ยังไม่มีแยกขยะอย่างถูกต้อง เนื่องจาก มองว่ารถที่มาเก็บขยะ (รถของเทศบาลฯ) ไม่ได้มีการเก็บแยกขยะ โฮมสเตย์จึงไม่มีความจำเป็นต้องคัดแยกขยะ อย่างไรก็ตาม โฮมสเตย์แห่งนี้มีการจ่ายค่าเก็บขยะให้กับเทศบาล ในอัตราเดือนละ 30 บาท²³ ส่วนการจัดการน้ำเสียนั้นโฮมสเตย์ไม่ได้มีการปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำ เนื่องจากมีบ่อบำบัดในลักษณะของบ่อแซท สำหรับแรงงานที่ใช้ทั้งหมดเป็นแรงงานในครอบครัว จึงไม่มีการจ้างแรงงานภายนอก นอกจากนี้ โฮมสเตย์ยังมีการแนะนำลูกค้าให้ไปใช้บริการร้านอาหาร และร้านค้าภายในชุมชน ส่วนลูกค้าที่มาใช้บริการต้องไปจอดรถที่วัด (ลูกค้าจะเป็นผู้ที่บริจาค ค่าจอดรถให้วัด) โดยทางร้านไม่อนุญาตให้จอดรถหน้าร้าน ปัจจุบันผู้ประกอบการรายนี้สนใจที่จะขยายกิจการในเรื่องของนวดแผนไทย เนื่องจาก มีโครงการเข้ามาอบรมให้ฟรี 150 ชั่วโมง ผู้ประกอบการจึงให้ภรรยาเข้ารับการอบรมเพื่อนำมาเปิดให้บริการเพิ่มเติมในอนาคต

5.3.2 กรณีตัวอย่างที่พักแรมแบบเกสต์เฮาส์ที่เป็นบ้านไม้เก่า

เกสต์เฮาส์แห่งนี้เป็นบ้านไม้เก่าแบบสองชั้น (เป็นไม้ทั้งหลัง รวมทั้งโครงสร้าง)²⁴ โดยตัวบ้านมีอายุกว่า 100 ปี และถูกนำมาเปิดดำเนินการให้บริการที่พักแรมโดยขึ้นทะเบียนในลักษณะของโฮมสเตย์²⁵ เมื่อ พ.ศ. 2554 (9 กันยายน พ.ศ. 2554) มีห้องพักเปิดให้บริการจำนวน 7 ห้อง (มีให้เลือก 2 แบบ คือ ห้องที่พักได้ 2 หรือ 3 คน และพักได้ 4 คน โดยภายในห้องพัก ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างโทรทัศน์และตู้เย็น) และเป็นห้องพักของเจ้าของบ้าน 1 ห้อง (เจ้าของบ้านพักร่วมกับผู้เข้าพัก) ห้องพักที่ให้บริการมีการตั้งราคาไว้ที่ประมาณ 2,500 บาท/ห้อง (พักได้ 2 คน) สำหรับช่วงฤดูท่องเที่ยวระหว่างเดือนธันวาคม-มกราคม (เพื่อคัดกรองลูกค้าให้มีคุณภาพมากขึ้น) ส่วนช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวจะให้บริการเพียง 4 ห้อง และลดราคาห้องพักประมาณ ร้อยละ 40-50 โดยจะขายห้องพักที่ราคาต่ำสุดประมาณ 800 บาท/ห้อง (ไม่มีการขายต่ำกว่าราคานี้) สำหรับอาหารเช้าที่ให้บริการผู้เข้าพักจะให้บริการในรูปแบบของการแจกคุกกี้ป้องกันอาหารให้ผู้เข้าพักไปเลือกรับประทานที่ร้านอาหารในบริเวณถนนคนเดินเชียงใหม่ นอกจากนี้ เกสต์เฮาส์แห่งนี้ยังมีการให้บริการชุดใส่บาตรข้าวเหนียว (ราคาชุดละ 100 บาท) แต่มีสัดส่วนของรายรับเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ดังนั้น รายรับหลักของเกสต์เฮาส์จึงมาจากการให้บริการห้องพักเป็นสำคัญ ซึ่งในแต่ละเดือนจะมีกำไรที่พออยู่ได้ กล่าวคือ มีรายรับเพียงพอจะเป็นค่าแรงของตนเองหลังจากหักค่าใช้จ่ายต่าง ๆ แล้ว²⁶

²³ เทศบาลมีแนวทางที่จะเก็บค่าจัดการขยะจากร้านค้าในอัตรา 60 บาท/เดือน แต่ยังไม่มีการออกเป็นเทศบัญญัติ

²⁴ บริเวณถนนคนเดินเชียงคานมีบ้านไม้เก่าในลักษณะนี้ไม่ถึง 10 หลัง ส่วนใหญ่เป็นบ้านไม้แบบโบราณมากขึ้น (โครงสร้างเป็นปูนแล้ว หุ้มด้วยไม้) เนื่องจากเทศบาลตำบลเชียงคานได้ประกาศในเทศบัญญัติให้บ้านในบริเวณถนนคนเดินต้องเป็นบ้านไม้ มีใช้ประกาศให้อนุรักษ์บ้านไม้เก่า

²⁵ ที่พักแรมที่มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 4 ห้อง และมีจำนวนผู้พักรวมกันทั้งหมดไม่เกินยี่สิบคน ไม่ต้องยื่นขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรม แต่ต้องดำเนินการจดแจ้งสถานที่พักที่ไม่เป็นโรงแรมกับกรมการปกครอง

²⁶ ผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกในการให้ข้อมูลรายรับใดๆ

ลูกค้าส่วนใหญ่ของเกสต์เฮ้าส์จะโทรมาจองล่วงหน้า และเป็นลูกค้าที่มาแบบครอบครัว เป็นส่วนมาก หรือมาอย่างน้อย 2 คน โดยเกสต์เฮ้าส์แห่งนี้จะใช้วิธีการติดต่อและทำการตลาดด้วยการบอกต่อแบบปากต่อปาก และวิธี inbox กับลูกค้าโดยตรง (บางรายใช้การติดต่อสอบถามผ่านทาง LINE) ทั้งนี้เนื่องจากตัวอาคารของเกสต์เฮ้าส์เป็นบ้านไม้เก่าโบราณที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้ จึงเป็นหนึ่งในสิ่งที่จะดึงดูดลูกค้า แต่เป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะที่สนใจและชอบบ้านไม้เก่า ทั้งนี้ด้วยราคาห้องพักและการเป็นบ้านไม้เก่า กลุ่มลูกค้าจึงเป็นตลาดคุณภาพและตลาดเฉพาะที่ชอบบรรยากาศที่เสมือนบ้านตนเอง (feel at home)

ในแต่ละปีเกสต์เฮ้าส์แห่งนี้จะมีต้นทุนการดำเนินงานหลัก ๆ ในเรื่องของค่าไฟฟ้า และค่าน้ำประปา ซึ่งถ้าเป็นในช่วงฤดูท่องเที่ยวจะมีค่าไฟฟ้าประมาณเดือนละ 5,000-8,000 บาท ส่วนค่าน้ำประปาจะอยู่ที่ประมาณเดือนละ 2,000 กว่าบาท²⁷ (มีต้นทุนค่าไฟฟ้าในการดูน้ำมาลงแท็งก์กักเก็บเพื่อใช้ในห้องพัก เนื่องจากมีการแย่งใช้น้ำในช่วงฤดูท่องเที่ยว) สำหรับในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวค่าไฟฟ้าจะเหลือประมาณ 1,000 กว่าบาท/เดือน นอกจากต้นทุนทั้งสองส่วนแล้วในแต่ละปีจะมีต้นทุนการฉีดยาฆ่าปลวกประมาณปีละ 9,000 บาท (ราคาค่าฉีดยาครั้งแรก 15,000 บาท และหลังจากนั้นในแต่ละปีหากไม่พบเส้นทางปลวก บริษัทกำจัดปลวกจะคิดราคา 9,000 บาท แต่ถ้าพบเส้นทางปลวกจะคิดราคา 15,000 บาท)

สำหรับการดูแลบำรุงรักษาระเบียงบ้านที่เป็นไม้ ซึ่งต้องมีการเปลี่ยนเป็นไม้เทียม มีต้นทุนในการเปลี่ยนทุก ๆ 3-4 ปี โดยมีต้นทุนในการเปลี่ยนประมาณ 6-7 หมื่นบาท/ครั้ง พ.ศ. 2563 เกสต์เฮ้าส์แห่งนี้เสียค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมบ้านไม้เก่าไปแล้วประมาณ 3-4 แสนบาท ซึ่งโดยปกติจะมีค่าดูแลบ้านประมาณปีละ 5 หมื่นบาท และจะมีการดูแล-ซ่อมแซมครั้งใหญ่ในทุก ๆ 3-4 ปี²⁸

ส่วนการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อของเกสต์เฮ้าส์แห่งนี้ มีการจัดการและการดำเนินงานในบางประเด็นพอสรุปได้ดังต่อไปนี้²⁹

1) การประหยัดพลังงานไฟฟ้าและน้ำ โดยทางเกสต์เฮ้าส์ได้เปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED เกือบทั้งหมด (ประมาณร้อยละ 99) อย่างไรก็ดีตาม ผู้ประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED ทำให้ค่าไฟฟาลดลงไม่มาก เนื่องจาก โดยปกติแล้วเกสต์เฮ้าส์แห่งนี้จะปิดไฟในเวลาประมาณ 4 ทุ่ม นอกจากในเรื่องของการเปลี่ยนหลอดไฟแล้ว ที่ผ่านมายังได้มีการเปลี่ยนมาใช้เครื่องปรับอากาศที่ประหยัดไฟ (มีสัญลักษณ์เบอร์ห้า) ซึ่งจากเดิมเคยใช้เครื่องปรับอากาศขนาด 9,000 BTU ในห้องพักแต่ละห้อง เมื่อครบอายุการใช้งานก็เปลี่ยนมาใช้

²⁷ เนื่องจากในห้องพักไม่มีตู้เย็น และโทรทัศน์ ดังนั้นค่าไฟฟ้าของเกสต์เฮ้าส์แห่งนี้จึงเป็นในเรื่องของค่าไฟฟ้าในส่วนของการให้แสงสว่าง เครื่องปรับอากาศ และค่าซัก-รีดผ้าเช็ดตัวและชุดเครื่องนอน ซึ่งส่วนใหญ่ความเสี่ยงของการใช้ไฟฟ้าจะอยู่ที่การซัก-รีดผ้า และในช่วงฤดูฝนก็จะมีการใช้เครื่องอบผ้าด้วย ส่วนนอกฤดูฝนจะใช้วิธีการตากแดดแทนการอบ

²⁸ ในชุมชนเชียงคานขาดช่างฝีมือที่จะมาซ่อมแซมสิ่งต่างๆ ต้องใช้ช่างฝีมือจากตัวจังหวัดเลย ทำให้มีต้นทุนสูง

²⁹ เกสต์เฮ้าส์แห่งนี้มีการจัดการและการดำเนินงานที่ให้ความสำคัญกับประเด็นทางด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งใน พ.ศ. 2563 เกสต์เฮ้าส์แห่งนี้ไม่ได้สมัครเพื่อเข้ารับการประเมินมาตรฐานโรงแรมสีเขียวเนื่องจากยังไม่มีความพร้อม แม้ว่าจะมีเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเข้ามาตรวจสอบและให้คำแนะนำ

เครื่องปรับอากาศที่มีขนาดใหญ่ขึ้นและเป็นระบบ inverter ซึ่งมีการประหยัดพลังงานไฟฟ้ามากกว่าระบบเดิม

สำหรับในเรื่องของการประหยัดน้ำ เกสต์เฮาส์แห่งนี้มีการดำเนินการโดยใช้ระบบชักโครกที่เป็นระบบ 3 กับ 6 ลิตรในเครื่องเดียวกัน แต่ไม่เห็นความแตกต่างว่าสามารถประหยัดน้ำได้เมื่อเทียบกับของเดิมที่เป็นชักโครกแบบ 8 หรือ 10 ลิตร

2) การจัดการขยะ เกสต์เฮาส์แห่งนี้มีการคัดแยกขยะและนำขยะส่วนที่สามารถขายได้ (ขยะรีไซเคิล) ไปขายแล้วนำรายได้มอบให้กับแม่บ้านที่มาดูแลทำความสะอาด ทั้งนี้ ภายในเกสต์เฮาส์มีการใช้ขวดแก้วแทนขวดพลาสติก มีบ่อดักไขมัน และมีถุงผ้าให้ผู้เข้าพักยืมใช้ได้

3) การใช้แรงงาน เกสต์เฮาส์แห่งนี้มีการใช้แรงงานในท้องถิ่น ซึ่งในช่วงฤดูท่องเที่ยวจะมีการจ้างแรงงานในลักษณะของการจ้างรายวันประมาณ 3-4 คน ขณะที่ในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวจะจ้างแรงงานเพียง 2-3 คน (เป็นการจ้างแรงงานมาเพื่อทำความสะอาดห้องพักเป็นรายห้อง) นอกจากนี้ ในบางครั้งยังมีการจ้างแม่บ้านแบบรายเดือนด้วย

นอกจากประเด็นทั้งสามแล้ว เกสต์เฮาส์แห่งนี้ยังให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัย โดยมีการติดตั้ง CCTV รวมทั้งมีถังดับเพลิงประมาณ 4-5 ถัง เพื่อใช้ในกรณีที่เกิดไฟไหม้³⁰ รวมทั้งมีที่จอดรถเพื่อบริการให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการที่พัก (อยู่บริเวณซอย 15 ขณะที่เกสต์เฮาส์ตั้งอยู่ที่ประมาณซอย 11) โดยมีการลงทุนสำหรับที่จอดรถไปแสนกว่าบาท (เป็นค่าใช้จ่ายในการลงหินคลุกและทำรั้ว) อย่างไรก็ตาม ลูกค้าสามารถนำรถไปจอดที่วัดปากกลางแล้วบริจาคเงินค่าที่จอดรถให้กับทางวัดก็ได้

5.3.3 กรณีตัวอย่างที่พักแรมแบบเกสต์เฮาส์ที่เป็นบ้านไม้ที่ก่อสร้างใหม่

เกสต์เฮาส์ที่เป็นกรณีตัวอย่างนี้ เป็นเกสต์เฮาส์ระดับสามดาวที่มีจำนวนห้องพัก 9 ห้อง โดยมีด้านหนึ่งติดกับถนนคนเดินเชียงใหม่ และอีกด้านหนึ่งอยู่ติดกับแม่น้ำโขง (สามารถมองเห็นวิวแม่น้ำโขง) สร้างเมื่อ พ.ศ. 2554 (เปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2554) โดยรื้อบ้านเก่าแล้วสร้างใหม่ด้วยไม้ในลักษณะบ้านไม้แบบห้องแถวสองชั้นสองคูหาที่เป็นรูปแบบเดิมของบ้านบริเวณถนนริมโขงในยุคที่คนจีนเข้ามาพำนักรักษาอาศัยเพื่อทำการค้าในช่วง 70-90 ปีที่ผ่านมา นั่นคือตัวบ้านจะเป็นห้องแถวที่เป็นไม้ มีทั้งที่เป็นแบบชั้นเดียวและสองชั้น (ฉิป ศรีสกุลไชยรัก, 2561) เนื่องจากเกสต์เฮาส์แห่งนี้ยังคงลักษณะของบ้านไม้แบบเดิม ซึ่งถือเป็นจุดขายที่สำคัญ จึงทำให้สามารถขายห้องพักได้ในราคาที่สูงกว่าที่พักแรมในลักษณะอื่นๆ กล่าวคือ หากเป็นที่พักแรม/โรงแรมทั่วไปที่ห้องพักเป็นปูน (โดยมีลักษณะและรูปแบบเหมือนกัน) จะสามารถขายได้ในราคาประมาณ 400 บาท/ห้อง/คืน แต่ถ้าเป็นที่พักแรม/โรงแรมที่เป็นบ้านไม้ (หรือตกแต่งด้วยไม้ทั้งหมด แต่ตัวโครงสร้างเป็นปูน) จะสามารถบวกราคาเพิ่มได้อีกประมาณ 300 บาท/ห้อง/คืน

³⁰ ตั้งแต่เปิดเมืองเพื่อรับการท่องเที่ยว เชียงคานาไฟไหม้เพียงครั้งเดียว แต่อย่างไรก็ตาม ใน พ.ศ. 2563 ได้มีโครงการชักชวนการอพยพในกรณีที่เกิดไฟไหม้ในบริเวณถนนคนเดินด้วย

และหากห้องพักอยู่ติดกับถนนคนเดินเชียงคาน ก็จะสามารถบวกราคาได้อีก 300 บาท/ห้อง/คืน ส่วนห้องพักที่อยู่ใกล้แม่น้ำโขง (หรือสามารถมองเห็นวิวแม่น้ำโขง) ก็จะสามารถบวกราคาเพิ่มได้อีก 300 บาท/ห้อง/คืน ขณะที่การมีสถานที่จอดรถก็สามารถบวกราคาห้องพักเพิ่มได้อีก 200 บาท/ห้อง/คืน สำหรับช่วงฤดูหนาวที่เป็นช่วงฤดูท่องเที่ยว (โดยเฉพาะช่วงที่มีหมอกหรือช่วงปลายปี) ก็สามารถบวกราคาเพิ่มได้อีกประมาณ 500 บาท/ห้อง/คืน ดังนั้น โดยรวมแล้วในช่วงฤดูหนาวห้องพักของที่พักแรม/โรงแรมที่อยู่ติดกับถนนคนเดินเชียงคานหรืออยู่ติดแม่น้ำโขงจะสามารถตั้งราคาห้องพักได้สูงถึง 2,000 บาท/ห้อง/คืน

พ.ศ. 2563 เกสต์เฮาส์แห่งนี้ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานโรงแรมสีเขียวระดับทองแดง (Green Hotel Bronze Class)³¹ ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ซึ่งที่ผ่านมาเกสต์เฮาส์แห่งนี้ได้เรียนรู้และทดลองปฏิบัติตามมาตรฐานของโรงแรมสีเขียวจนทราบว่า หัวใจของมาตรฐานโรงแรมสีเขียวสำหรับที่พักแรม คือ การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการประหยัดพลังงาน ดังนั้นจึงใช้เวลาเพียง 2-3 เดือน ในการเตรียมตัวเพื่อเข้ารับประเมินมาตรฐานโรงแรมสีเขียว ซึ่งสามารถทำได้ง่ายสำหรับเกสต์เฮาส์แห่งนี้ เนื่องจากเกสต์เฮาส์แห่งนี้ไม่มีการซักอบรีดผ้าเช็ดตัวหรือชุดเครื่องนอนจึงประหยัดไฟฟ้าได้มากกว่า ดังนั้นส่วนใหญ่จึงเป็นการปรับการดำเนินงานและการจัดการเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อให้เกิดการประหยัดพลังงานไฟฟ้า และ/มีการใช้พลังงานไฟฟ้าให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งสามารถลดค่าไฟฟ้า (หรือลดการใช้พลังงานไฟฟ้า) ได้น้อยมาก เนื่องจากเกสต์เฮาส์แห่งนี้มีการจัดการและการดำเนินงานที่เป็นการประหยัดพลังงานไฟฟ้าอยู่แล้ว เช่น ได้มีการเปลี่ยนหลอดไฟจากเดิมที่เป็นหลอดตะเกียบซึ่งมีราคาถูก มาเป็นหลอดแบบ LED ที่มีอายุการใช้งานนานกว่าและประหยัดมากกว่า (แต่ยังไม่มีการใช้โซล่าเซลล์) ส่วนการประหยัดและใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพนั้น ใช้วิธีติดป้ายเพื่อขอความร่วมมือจากผู้เข้าพักให้ช่วยกันประหยัดน้ำสำหรับการจัดการขยะได้มีการคัดแยกขยะรีไซเคิล (โดยเฉพาะขวดพลาสติก) แล้วนำไปขาย นอกจากนี้ การที่เกสต์เฮาส์ใช้วิธีการแจกคู่มือให้กับผู้เข้าพักเพื่อให้ไปทานอาหารเข้าที่ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ภายในชุมชนแทนการจัดบริการอาหารเข้าเองภายในโรงแรมจึงทำให้ไม่มีเศษอาหารที่เป็นขยะอินทรีย์ (organic)

กลุ่มลูกค้าที่เข้าพักเกสต์เฮาส์แห่งนี้มีหลากหลายประเภท แต่กลุ่มวัยรุ่นหนุ่มสาวเป็นกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการมากที่สุด และในช่วงฤดูหนาว (ฤดูกาลท่องเที่ยวของเชียงคาน) ก็จะมีลูกค้ามาพักจำนวนมาก โดยเฉพาะลูกค้าจากภาคใต้จะนิยมเดินทางมาเพื่อสัมผัสอากาศที่หนาวเย็นของเชียงคาน อย่างไรก็ตาม ลูกค้าส่วนใหญ่ของเกสต์เฮาส์แห่งนี้ เป็นกลุ่มลูกค้าคนไทยที่กลับมาใช้บริการซ้ำ โดยประมาณร้อยละ 50 เป็นกลุ่มลูกค้าที่เคยมาใช้บริการแล้วประมาณ 4-5 ครั้ง

เกสต์เฮาส์แห่งนี้มีลักษณะเป็นการดำเนินธุรกิจภายในครัวเรือน และจ้างแรงงานภายในท้องถิ่นหรือหมู่บ้าน ร่วมกับการจ้างแรงงานจาก สปป. ลาว เนื่องจากมีค่าจ้างแรงงาน

³¹ พ.ศ. 2563 มีที่พักแรมในเชียงคาน ได้ green hotel ระดับ Bronze Class จำนวน 2 แห่ง และ Silver Class จำนวน 1 แห่ง

ต่ำกว่าแรงงานที่เป็นคนไทย และแรงงานที่เป็นคนไทยจะไม่ทำงานบางประเภท (คนไทยมีสิทธิเลือกทำงานมากกว่าแรงงานจาก สปป. ลาว) โดยในการดำเนินธุรกิจที่พักแรมมีต้นทุนคงที่สูง (ค่าก่อสร้างและตกแต่ง รวมถึงการลงทุนซื้อที่ดินเพื่อใช้เป็นที่จอดรถ ซึ่งเกสต์เฮาส์แห่งนี้ลงทุนซื้อที่ดินสำหรับเป็นที่จอดรถประมาณ 2-3 ล้านบาท) แต่มีต้นทุนผันแปรต่ำ โดยในแต่ละเดือนจะมีค่าไฟฟ้าประมาณเดือนละ 5,000-10,000 บาท (ในห้องพักไม่มีตู้เย็น) สำหรับค่าน้ำประปาจะมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนประมาณ 1,000 กว่าบาท นอกจากนี้ยังมีค่าใช้จ่ายในเรื่องของการเก็บขยะ ซึ่งในแต่ละปีจะจ่ายค่าเก็บขยะให้กับเทศบาลฯ ประมาณ 1,000 กว่าบาท สำหรับค่าใช้จ่ายในการดูแลบ้านไม้ไม่ได้มีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าปกติ เนื่องจาก ที่ผ่านมาเกสต์เฮาส์แห่งนี้ได้มีการซ่อมบำรุงครั้งใหญ่ 1 ครั้ง ด้วยการเสริมฝ้าผนังด้วยคอนกรีต (เปลี่ยนจากไม้มาเป็นคอนกรีต) แล้วใช้ไม้หุ้มไว้ด้านนอก (เนื่องจากไม้เมื่อโดนแดดโดนฝนเป็นระยะเวลานานๆ จะเกิดการผุกร่อน และโดยปกติในช่วงฤดูฝนจะประสบปัญหาในเรื่องของฝนที่สาดเข้ามาในตัวเกสต์เฮาส์ ผู้ประกอบการจึงตัดสินใจปรับปรุงฝ้าผนังใหม่)

สำหรับความคิดเห็นต่อแนวทางการดำเนินงานและการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบนั้น เจ้าของเกสต์เฮาส์แห่งนี้มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นการดำเนินงานและการจัดการที่ควรคำนึงถึง 1) สิ่งแวดล้อม 2) การกระจายรายได้ในชุมชน³² และ 3) การอนุรักษ์วิถีชุมชนให้เหมือนเดิม ไม่ให้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของการท่องเที่ยว

แม้ว่าเกสต์เฮาส์แห่งนี้จะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวในด้านเศรษฐกิจ แต่ก็มีต้นทุนหรือได้รับผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยวในเรื่องของสิ่งแวดล้อม ได้แก่ กลิ่น โดยผลกระทบในเรื่องของกลิ่นเกิดจากร้านอาหารที่ตั้งอยู่ติดกับเกสต์เฮาส์ ซึ่งบางครั้งไม่เปิดเครื่องดูดกลิ่นจึงส่งผลให้มีกลิ่นจากการประกอบอาหารเข้ามาในเกสต์เฮาส์และห้องพักของลูกค้า (มีการกระทบกระทั่งกับร้านอาหารอยู่เสมอ) นอกจากนี้ ยังมีกลิ่นจากห้องน้ำ กลิ่นจากท่อน้ำบริเวณด้านหน้าของเกสต์เฮาส์ที่เป็นท่อน้ำทิ้ง ซึ่งที่ผ่านมาเทศบาลฯ ได้พยายามแก้ไขโดยการขุดลอกท่อ ทำให้ปัญหาดังกล่าวบรรเทาลง ในขณะที่ปัญหากลิ่นจากท่อน้ำทิ้งด้านหลังของเกสต์เฮาส์ยังไม่ได้รับการแก้ไข ปัญหาดังกล่าวมาจากการที่ร้านอาหารทิ้งเศษอาหารลงท่อน้ำทิ้งโดยตรง ดังนั้นเกสต์เฮาส์แห่งนี้จึงมีการปรับท่อน้ำทิ้งให้ไหลไปทางอื่นซึ่งสามารถบรรเทาปัญหาในเรื่องกลิ่นจากท่อน้ำทิ้งลงได้ ส่วนปัญหาเรื่องกลิ่นอาหารยังคงอยู่ เนื่องจาก ร้านอาหารที่อยู่ติดกับเกสต์เฮาส์แห่งนี้ไม่ได้เปิดใช้งานเครื่องดูดกลิ่นในบางครั้ง จึงส่งผลให้เกิดความขัดแย้ง (แต่ไม่รุนแรง) ระหว่างเกสต์เฮาส์แห่งนี้กับร้านอาหารที่อยู่ติดกัน

³² การท่องเที่ยวของเชียงคานยังคงจุกตัวอยู่บริเวณถนนคนเดิน (ถนนริมน้ำโขง) จึงต้องทำให้เกิดการกระจายผลประโยชน์ไปยังพื้นที่ส่วนอื่นๆ โดยพยายามสนับสนุนให้แต่ละซอยมีการจำหน่ายอาหารที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น ข้าวปุ้นน้ำแจ่ว แพนเค้ก เป็นต้น ซึ่งจะเป็นแนวทางหนึ่งในการกระจายผู้มาเยือนไปยังซอยต่างๆ (กระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว)

5.3.4 กรณีตัวอย่างที่พักแรมแบบโรงแรมประเภทบูติกโฮเทล

โรงแรมแห่งนี้เป็นโรงแรมประเภทบูติกที่เปิดดำเนินการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2555 โดยเป็นการปรับปรุงอาคารเดิมที่เป็นโกดังเก่า ภายใต้แนวคิดที่ต้องการอนุรักษ์และปรับปรุงบ้านเก่าที่สร้างด้วยไม้ และมีแรงจูงใจในการทำโรงแรมเชิงอนุรักษ์บ้านไม้เก่าที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในเรื่องของการประหยัดพลังงานไฟฟ้าและน้ำ คือ 1) การประหยัดต้นทุนผันแปร/การที่มีค่าดำเนินงานในระยะยาวลดลง และ 2) การอนุรักษ์บ้านไม้เก่าและเมืองเก่าบริเวณถนนริมโขง โดยเริ่มคิดทำเป็นบูติกโฮเทล (ก่อน พ.ศ. 2555 อาคารบ้านเรือนบริเวณถนนริมโขงส่วนใหญ่ถูกทิ้งร้าง ส่วนตัวโรงแรมแห่งนี้เดิมเป็นโกดังเก็บของที่ค้าขายกับ สปป. ลาว³³) ด้วยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของอาคารให้เป็นคอนกรีตแต่ด้านนอกใช้ไม้ที่เป็นไม้เก่าจากบ้านเดิม (ซึ่งอยู่ตรงข้ามโรงแรม) และโกดังเก็บของมาตกแต่ง (โรงแรมใช้ไม้เก่าและเครื่องเรือนไม้เก่าในการตกแต่งสถานที่ ส่วนตัวโครงสร้างตึกเป็นคอนกรีตเพื่อความแข็งแรงและคงทน) โดยลงทุนครั้งแรกประมาณ 1 ล้านบาท มีห้องพักให้บริการจำนวน 20 ห้อง และมีการจดทะเบียนเป็นโรงแรมที่ต้องตามกฎหมาย สำหรับโรงแรมแห่งนี้ ภาพของการใช้ไม้ในการก่อสร้างและตกแต่ง รวมทั้งการนำเสนอภาพโรงแรมเชิงอนุรักษ์ภายใต้แนวคิดการอนุรักษ์บ้านไม้เก่าเป็นการเพิ่มมูลค่า (หรือคุณค่า) ให้กับโรงแรม ทำให้สามารถขายห้องพักได้ในราคาที่สูงกว่าราคาที่พักทั่วไป ซึ่งถ้าหากเป็นตึกคอนกรีตธรรมดาจะสามารถขายห้องพักได้ในราคาคืนละ 500 บาท/คืน แต่เนื่องจากโรงแรมแห่งนี้มีการใช้ไม้เก่าในการตกแต่งจึงสามารถขายห้องพักได้ในราคา 1,500 บาท/คืน

พ.ศ. 2563 โรงแรมแห่งนี้ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานโรงแรมสีเขียวระดับเงิน (Green Hotel Silver Class) ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้านั้นโรงแรมเคยได้รับรางวัลในเรื่องของการเป็นโรงแรมปลอดบุหรี่ เนื่องจากโรงแรมไม่อนุญาตให้ผู้เข้าพักสูบบุหรี่ในห้องหรือพื้นที่บริเวณโรงแรม โดยผู้ประกอบการมองว่า การได้รับการรับรองมาตรฐานโรงแรมสีเขียวระดับเงิน ช่วยในเรื่องของการทำการตลาดเฉพาะในกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งที่ผ่านมาลูกค้าของโรงแรมมีความสนใจและให้ความสำคัญกับความเป็นโรงแรมสีเขียว (green hotel) เพิ่มขึ้น (ขณะที่ความเป็นโรงแรมสีเขียวช่วยในเรื่องของการประหยัดต้นทุนในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ) โดยเฉพาะตลาดญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญในเรื่องความเป็นโรงแรมสีเขียวมากเป็นพิเศษ ส่วนตลาดสิงคโปร์จะชอบบ้านไม้หรือเครื่องเรือนที่ทำด้วยไม้สำหรับตลาดคนไทยไม่สนใจทั้งเรื่องโรงแรมสีเขียวและบ้านไม้

ปัจจุบัน โรงแรมขายห้องพักในราคา 1,600 บาท/ห้อง/คืน³⁴ แต่หากเป็นห้องที่มองเห็นถนนคนเดิน (city view) จะขายในราคาห้องละ 1,700 บาท/ห้อง/คืน ส่วนวิวแม่น้ำโขงจะขายห้องพักในราคาห้องละ 1,800 บาท/ห้อง/คืน โดยราคาดังกล่าวจะรวมอาหารเช้าที่อยู่ในรูปแบบ

³³ เดิมค้าขายกับ สปป. ลาว โดยส่งปลาร้าและพืชไร่ไปขาย แล้วซื้อปอกับฝ้ายกลับมา

³⁴ พ.ศ. 2555 ที่เป็นการเริ่มต้นดำเนินการ โรงแรมขายห้องพักในราคา 1,500 บาท/ห้อง/คืน

การให้คูปองกับผู้เข้าพักเพื่อไปทานอาหารเข้าที่ร้านขายอาหารในบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน (เป็นการ outsource อาหารเข้าให้กับร้านอาหารในท้องถิ่นที่เป็นเพื่อนบ้านกัน เช่น ร้านข้าวเปิยกปากซอย 20 ร้านลาดพร้าว 101 (ซึ่งปัจจุบันได้ย้ายออกไปอยู่นอกบริเวณถนนคนเดินแล้ว) ร้านแมงมอ้อมอ้อย เป็นต้น) โดยในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยว โรงแรมจะมีการปรับลดราคาห้องพัก ส่วนช่วงฤดูท่องเที่ยว คือ ตุลาคม-มกราคม จะขายในราคาปกติ ทั้งนี้ ในช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 (พ.ศ. 2562) โรงแรมมีรายรับจากการขายห้องพักประมาณปีละ 7-8 ล้านบาท ซึ่งเป็นรายรับที่โรงแรมสามารถใช้หมุนเวียนในการดำเนินงานได้ในแต่ละปี แต่การระบาดของโควิด-19 ทำให้โรงแรมมีรายรับลดลงเนื่องจากมีผู้มาใช้บริการลดลง แต่ก็ไม่สามารถปิดโรงแรมได้ด้วยเหตุผลที่ว่า หากมีการปิดโรงแรม (ชั่วคราว) แล้วการเปิดดำเนินการใหม่จะมีต้นทุนที่สูงกว่าการเปิดให้บริการไปเรื่อย ๆ ภายใต้การควบคุมต้นทุนให้ต่ำที่สุด

ผู้เข้าพักโรงแรมแห่งนี้ส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่มีกำลังซื้อ หรือเป็นกลุ่ม high-end ส่วนตลาดต่างประเทศมีน้อยมากเมื่อเทียบกับคนไทย เช่น ตลาดญี่ปุ่น เป็นต้น ผู้เข้าพักประมาณร้อยละ 80 ของผู้เข้าพักทั้งหมด จะพักคนเดียว โรงแรมจะมีผู้มาพักทุกเดือนแต่จะมีจำนวนมาคนน้อยแตกต่างกัน โดยมีนักท่องเที่ยวมาพักมากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ (ศุกร์-อาทิตย์) โรงแรมใช้ราคาในการคิดครองลูกค้า และมีเงื่อนไขที่สำคัญว่า ลูกค้าที่เข้าพักต้องไม่ส่งเสียงดัง โดยเฉพาะหลังช่วงเวลา 4 ทุ่ม (22.00 น.) ดังนั้นจึงไม่เป็นที่นิยมของลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น หรือผู้ที่ต้องการมาสังสรรค์กับเพื่อน ลูกค้ากว่าร้อยละ 30 เป็นกลุ่มครอบครัว ที่เหลือเป็นวัยทำงาน/มาทำงาน โรงแรมใช้การทำตลาดหรือการหาลูกค้าทั้งที่เป็นการติดต่อผ่านเอเยนต์ (ในแต่ละวันจะให้โควตากับเอเยนต์ 4 ห้องต่อวัน) และเว็บไซต์ (web-site) ซึ่งส่วนใหญ่ลูกค้าจะติดต่อเพื่อเข้าพักกับโรงแรมโดยตรง

โรงแรมแห่งนี้เป็นโรงแรมในเชิงอนุรักษ์ (มีแนวคิดที่ต้องการอนุรักษ์และปรับปรุงบ้านเก่า) โดยมีแรงจูงใจในการดำเนินธุรกิจโรงแรมในรูปแบบดังกล่าว คือ 1) การดำเนินการธุรกิจโรงแรมในเชิงของการอนุรักษ์จะช่วยลดต้นทุนผันแปรของการดำเนินงาน และทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานในระยะยาวลดลง และ 2) การดำเนินการดังกล่าวเป็นการช่วยให้มีโอกาสได้อนุรักษ์บ้านไม้เก่าที่เป็นมรดกตกทอด รวมทั้งได้มีส่วนร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ความเป็นชุมชนเก่าบริเวณถนนริมโขงของเชียงคาน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการได้ให้ความคิดเห็นว่าการจัดการและการดำเนินการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นการจัดการและการดำเนินการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชน ไม่สร้างภาระและปัญหาให้กับชุมชน ชุมชนต้องโตไปด้วยกัน (เพื่อนบ้านกับชุมชนต้องโตไปด้วยกัน) หรืออาจกล่าวได้ว่า “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ คือ การไม่สร้างปัญหาให้กับชุมชน” โดยโรงแรมมีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในบางประเด็น พอสรุปเป็นสาระสำคัญได้ดังนี้ (ตารางที่ 5.2)

1) การจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการประหยัดพลังงาน

การก่อสร้างโรงแรมแห่งนี้อยู่บนพื้นฐานของแนวคิดการประหยัดพลังงาน จึงให้ความสำคัญกับการออกแบบอาคารที่ใช้แสงสว่างจากภายนอกแทนการใช้หลอดไฟให้แสงสว่าง³⁵ ส่วนหลอดไฟที่ใช้ภายในโรงแรมเป็นหลอดแบบประหยัดพลังงานไฟฟ้าทั้งหมด ก่อนที่ในปัจจุบันจะเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED ทั้งหมด เนื่องจากได้มีการคำนวณต้นทุนค่าไฟฟ้าต่อหน่วยการใช้งานแล้วพบว่า หลอดไฟแบบ LED แม้ว่าจะมีราคาสูงกว่า แต่มีระยะเวลาการใช้งานนานกว่า และมีต้นทุนค่าไฟฟ้าต่อหน่วยที่ประหยัดกว่า ดังนั้นจึงต้องมองในระยะยาว/อายุของการใช้งาน ไม่ควรมองเพียงราคาซื้อเท่านั้น³⁶ นอกจากนี้ ยังมีการใช้ระบบไฟฟ้าที่เป็นโซล่าเซลล์ในการให้แสงสว่างในบริเวณที่จอดรถ

2) การจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการลดการใช้น้ำ

โรงแรมมีการใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดน้ำ (แบบฟองฟู) ส่วนชักโครกใช้แบบตักน้ำราด ซึ่งใช้น้ำประมาณ 1-2 ลิตร/ครั้ง แทนการใช้ชักโครกแบบใช้น้ำ 6 ลิตร/ครั้ง เนื่องจาก ในขณะนั้น (พ.ศ. 2555) ไม่มีชักโครกแบบประหยัดที่ใช้น้ำแบบ 3 กับ 6 ลิตร ในตัวเดียวกัน นอกจากนี้ ยังมีการขอความร่วมมือกับผู้เข้าพักที่พักแรมตั้งแต่ 2 คืนขึ้นไป (ซึ่งมีเพียงร้อยละ 20 เท่านั้น) ให้ใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ ซึ่งผู้เข้าพักส่วนใหญ่ก็ยินดีให้ความร่วมมือ

3) การจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการลดการก่อขยะ

โรงแรมมีการณรงค์และสนับสนุนให้มีการลดการใช้ถุงพลาสติก โดยมีถุงผ้าให้ลูกค้าหยิบยืมไปใช้ มีการใช้น้ำดื่มที่เป็นขวดแก้วแทนขวดพลาสติก ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการลดการก่อขยะ โดยหันมาใช้ปิ่นโตในการบรรจุอาหารมารับประทาน หรือใช้แก้วส่วนตัวทุกครั้งที่มีการซื้อเครื่องดื่มและกาแฟ นอกจากนี้ ยังให้พนักงานมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยการนำของที่ใช้แล้วมาทำให้เกิดประโยชน์ เช่น มีการนำผ้าเช็ดตัวที่ใช้แล้วและไม่สามารถใช้งานต่อได้ มาชุบสีเม้นต์ก่อนทำเป็นกระถางต้นไม้เพื่อใช้ตกแต่งโรงแรม มีการคัดแยกขยะแล้วนำไปขาย โดยนำเงินที่ได้รับจากการขายขยะรีไซเคิลมาเป็นกองกลางเพื่อใช้ซื้อของขวัญสำหรับการจับฉลากในช่วงเทศกาลปีใหม่ อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการใช้ผลิตภัณฑ์อินทรีย์ภายในโรงแรม

4) การจัดการที่ไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อสังคม-วัฒนธรรม

โรงแรมขอความร่วมมือจากผู้เข้าพักไม่ให้ส่งเสียงดัง โดยเฉพาะหลังช่วงเวลา 4 ทุ่ม (22.00 น.) ตามข้อกำหนดของธรรมนูญชุมชน โดยทุกคนในชุมชนร่วมกันกำกับดูแล ภายใต้การบังคับใช้และการให้ความร่วมมือของตำรวจ ในการเข้ามาดูแลตักเตือนหากมีผู้ละเมิดส่งเสียงดังหลังช่วงเวลาสี่ทุ่ม

³⁵ ผู้ประกอบการมีธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง จึงทราบต้นทุนการก่อสร้างและราคาของวัสดุอุปกรณ์เป็นอย่างดี

³⁶ ควรมีการให้ความรู้กับผู้ประกอบการโรงแรม/ที่พักแรมเรื่องหลอดไฟกับการประหยัดพลังงานไฟฟ้า

5) การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนท้องถิ่น

แรงงานที่ทำงานในโรงแรม (ประมาณ 5 คน) เป็นคนเชียงคานทั้งหมด³⁷ ส่วนของตกแต่งภายในโรงแรมเกือบทั้งหมดเป็นผลิตภัณฑ์ในชุมชนและเป็นเครื่องเรือนในบ้านหลังเก่า (ก่อนรื้อมาทำโรงแรม) นอกจากนี้ โรงแรมยังเปิดให้คนในชุมชนและท้องถิ่นเข้าพื้นที่หน้าโรงแรมที่อยู่ติดถนนคนเดินเพื่อขายสินค้าให้กับผู้ที่มาเดินถนนคนเดินเชียงคาน รวมถึงการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับคนท้องถิ่น โดยเปิดให้ใช้บริเวณด้านหน้าของโรงแรมในการนำเสนอขายชุดใส่บาตรข้าวเหนียวให้กับนักท่องเที่ยวได้โดยไม่คิดค่าเช่า³⁸ และยังเปิดให้พนักงานของโรงแรมให้บริการเช่าผ้าซิ่นกับผู้เข้าพัก ซึ่งทำให้พนักงานได้รับรายได้เพิ่มเติม นอกจากนี้ โรงแรมยังมีการแนะนำให้ผู้มาพักไปเยี่ยมชมและท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่อยู่ใกล้เคียง มีการส่งต่อลูกค้าให้กับที่พักหรือร้านค้าภายในชุมชน

เนื่องจาก โรงแรมแห่งนี้มีการวางแผนมาตั้งแต่การเริ่มก่อสร้างโรงแรมว่า ต้องการประหยัดพลังงานไฟฟ้าและการใช้น้ำ จึงไม่สามารถระบุถึงผลของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบออกมาในลักษณะที่เป็นตัวเงินได้ (ทั้งในกรณีของต้นทุน และผลประโยชน์) อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเรื่องของการร่วมกันอนุรักษ์และช่วยรักษาภาพลักษณ์ของความเป็นถนนคนเดินของเชียงคานที่มีภาพของอาคารบ้านไม้เก่าเป็นหนึ่งในภาพลักษณ์และบรรยากาศที่สำคัญของถนนคนเดินของเชียงคาน พบว่า โรงแรมแห่งนี้ต้องแบกรับภาระในการดูแลซ่อมแซมพื้นที่ในส่วนที่เป็นไม้ทุกปี โดยมีต้นทุนในการกำจัดและป้องกันปลวกปีละประมาณ 9,000 บาท (เป็นค่าฉีดปลวก) นอกจากนี้ ยังมีค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมไม้ประมาณ 60,000 บาท/ปี (เป็นค่าซ่อมบำรุงอาคารและอุปกรณ์ต่าง ๆ ภายในโรงแรม)³⁹

ตารางที่ 5.2 การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของโรงแรม

รายการ	กิจกรรมที่ดำเนินการ
การลดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม	
1. การจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้เกิด การประหยัดพลังงานไฟฟ้า	- ออกแบบตัวอาคารเพื่อให้แสงจากภายนอกเข้ามาในตัวอาคารมากขึ้น เพื่อลดการใช้หลอดไฟ - การใช้หลอดไฟแบบ LED ที่ประหยัดพลังงานไฟฟ้า - ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ห้า - ใช้เสไฟฟ้าที่เป็นระบบโซล่าเซลล์ในพื้นที่กลางแจ้งนอกห้องพัก

³⁷ ต้นทุนการพัฒนาบุคลากรมีความสำคัญและเป็นต้นทุนที่มีมูลค่าสูงสุด โรงแรมลงทุนในการฝึกการให้บริการ การปลูกฝังแนวคิดให้สอดคล้องและมุ่งไปในเป้าหมายเดียวกัน

³⁸ การใส่บาตรข้าวเหนียวถือเป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญที่นักท่องเที่ยวนิยมทำเมื่อมาพักค้างคืนที่เชียงคาน โดยเชียงคานนำเสนอกิจกรรมใส่บาตรข้าวเหนียวเข้าประกวดรางวัลแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนระดับโลก พ.ศ. 2563 และเป็น 1 ใน 100 เมือง ที่มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอันงดงาม

³⁹ ต้นทุนการจัดการดูแลรักษาไม้เป็นต้นทุนที่มีมูลค่ารองลงมาจากต้นทุนการพัฒนาบุคลากร

ตารางที่ 5.2 (ต่อ)

รายการ	กิจกรรมที่ดำเนินการ
การลดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม	
2. การจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการลดการใช้น้ำ	• ใช้ชักโครกแบบตักราด • ใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัด • การขอความร่วมมือให้ผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ (กรณีที่พัก 2 คืนขึ้นไป)
3. การจัดการและการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการลดการก่อขยะ	• ลดการใช้ถุงพลาสติก เช่น มีถุงผ้าให้ลูกค้ายืม • ใช้น้ำดื่มที่เป็นขวดแก้วแทนขวดพลาสติก • ขอความร่วมมือให้พนักงานใช้ปิ่นโตบรรจุอาหารมารับประทาน • ขอความร่วมมือให้พนักงานใช้แก้วส่วนตัวสำหรับบรรจุกาแฟหรือเครื่องดื่มที่ซื้อจากร้านค้า • มีการคัดแยกขยะเพื่อนำขยะรีไซเคิลไปขายแล้วรวบรวมเป็นเงินกองกลางของพนักงานเพื่อใช้ซื้อของขวัญมาจับฉลากในช่วงเทศกาลปีใหม่ • มีการนำผ้าเช็ดตัวที่อยู่ในสภาพที่ไม่สามารถใช้งานได้มาชุบซีเมนต์แล้วทำเป็นกระถางต้นไม้เพื่อใช้ตกแต่งโรงแรม
การลดผลกระทบเชิงลบด้านสังคม-วัฒนธรรม	
1. ไม่ใช้แรงงานที่ผิดกฎหมาย	• ไม่มีการใช้แรงงานเด็ก และแรงงานต่างด้าวที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย
2. มีข้อปฏิบัติสำหรับผู้เข้าพักเพื่อลดผลกระทบที่มีต่อชุมชนรอบข้าง	• ขอความร่วมมือกับผู้เข้าพักไม่ให้ส่งเสียงดัง โดยเฉพาะหลังช่วงเวลาสี่ทุ่ม 22.00 น.
การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน/ท้องถิ่น	
1. มีการจ้างแรงงานในชุมชน/ท้องถิ่น	• มีการจ้างแรงงานที่เป็นคนเชียงคานทั้งหมด
2. มีการสนับสนุนสินค้าและกิจกรรมของชุมชน/ท้องถิ่น	• ใช้การแจกคู่มือให้ลูกค้าไปทานอาหารเช้าที่ร้านอาหารในชุมชน • เปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นเข้าพื้นที่ด้านหน้าโรงแรมเพื่อขายสินค้าให้กับผู้เยี่ยมชมที่มาเดินถนนคนเดินเชียงคาน • อนุญาตให้คนท้องถิ่นใช้พื้นที่บริเวณด้านหน้าโรงแรมในการให้บริการอาหารสำหรับใส่บาตรชาวเหนียว
ที่มา: สังเคราะห์จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ	

จากข้อมูลกิจกรรมของโรงแรม และข้อมูลรายรับและต้นทุนการดำเนินงานของโรงแรมใน พ.ศ. 2562 สามารถประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบออกมาในรูปตัวเงินได้ 4 กิจกรรมหลัก ได้แก่ การประหยัดพลังงานไฟฟ้า การใช้น้ำอย่างประหยัด การจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม และการดูแลและอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่า ดังมีรายละเอียดในแต่ละกิจกรรมพอสังเขปดังนี้

1) กิจกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้า

โรงแรมแห่งนี้มีจำนวนห้องพักทั้งหมด 20 ห้อง (ขนาดห้อง 25 ตารางเมตร) โดยใน พ.ศ. 2562 สามารถขายห้องพักในรอบปีได้ประมาณ 2,900 ห้อง หรือ 240 ห้อง/เดือน (คิด ณ อัตรา

การเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 40)⁴⁰ โรงแรมมีกิจกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าที่สำคัญ 3 กิจกรรม ได้แก่ 1) การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED ในห้องพักทั้งหมด 2) การเปลี่ยนมาใช้ระบบไฟฟ้าโซล่าเซลล์ในการให้แสงสว่างในพื้นที่บริเวณนอกห้องพักแทนการใช้หลอดตะเกียบที่เป็นการใช้ไฟฟ้าตามปกติ และ 3) การทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศทุก ๆ 4 เดือน โดยในเบื้องต้นกำหนดให้อัตราค่าไฟฟ้าต่อหน่วยที่ใช้ในการคำนวณทั้ง 3 กิจกรรม เป็นอัตราเดียวกันทั้งหมด โดยเป็นอัตราค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค ณ ระดับราคาประมาณ 3.15 บาท/หน่วย⁴¹ โดยมีรายละเอียดของต้นทุน-ผลตอบแทนที่โรงแรมได้รับในแต่ละกิจกรรมพอสังเขปดังนี้

กิจกรรมที่ 1: การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED ในห้องพัก

ข้อสมมติเบื้องต้นสำหรับใช้คำนวณต้นทุน-ผลตอบแทนของการเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED ในห้องพักทั้งหมด มีดังนี้

- (1) ห้องพักแต่ละห้อง มีการใช้หลอดไฟแบบ LED จำนวน 5 หลอด
- (2) ผู้เข้าพักมีระยะเวลาการเปิดใช้งานหลอดไฟภายในห้องประมาณ 6 ชั่วโมง/วัน

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทำให้ทราบว่า เดิมทีห้องพักในโรงแรมใช้หลอดไฟนีออนที่เป็นหลอดฟลูออเรสเซนต์ (fluorescent tube) และหลอดเกลียวที่เป็นหลอดแบบไส้ โดยในแต่ละห้องจะมีหลอดไฟนีออนจำนวน 1 หลอด ซึ่งจะใช้ไฟฟ้าประมาณ 30 วัตต์/หลอด และแต่ละหลอดมีราคาประมาณ 120 บาท โดยมีอายุการใช้งานประมาณ 13,000 ชั่วโมง/หลอด สำหรับหลอดเกลียวที่เป็นหลอดไส้ ซึ่งมีจำนวน 4 หลอด/ห้อง จะใช้ไฟฟ้าประมาณ 40 วัตต์/หลอด และมีราคาประมาณ 20 บาท/หลอด โดยมีอายุการใช้งานประมาณ 1,000 ชั่วโมง/หลอด ทั้งนี้โรงแรมมีการเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED ทั้งหมด (5 หลอด/ห้อง) ซึ่งหลอดไฟแบบ LED ที่นำมาใช้แทนเป็นหลอดไฟที่ใช้ไฟฟ้าประมาณ 11 วัตต์/หลอด และมีราคาประมาณ 100 บาท/หลอด โดยมีอายุการใช้งานประมาณ 15,000 ชั่วโมง/หลอด ดังนั้น โรงแรมจึงใช้เงินลงทุนในการเปลี่ยนหลอดไฟมาเป็นหลอดไฟแบบ LED ทั้ง 20 ห้อง รวมกันประมาณ 20,000 บาท (20 ห้อง X 5 หลอด X 100 บาท/หลอด)

จากข้อสมมติเบื้องต้นทั้ง 2 ข้อ และจากอัตราค่าไฟฟ้าที่ 3.15 บาท/หน่วย พบว่า การที่โรงแรมลงทุนเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED ในห้องพักทั้งหมด 20 ห้อง สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 2.55 บาท/ห้อง (หรือ 1.02 บาท/ห้องที่ขายได้)

⁴⁰ พ.ศ. 2562 โรงแรมมีผู้เข้าพัก 5,352 คน จากการสัมภาษณ์พบว่า ประมาณร้อยละ 80 มีการพักห้องละ 2 คน โดยในช่วงเดือนธันวาคม-มกราคม มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 80 ส่วนช่วงเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 60 สำหรับช่วงกุมภาพันธ์-กันยายน มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 30 และเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์เท่านั้นที่จะมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 40

⁴¹ เป็นอัตราค่าไฟฟ้าที่แรงดัน 22-33 กิโลโวลต์ ซึ่งการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคคิดค่าไฟฟ้าเท่ากับ 3.1471 บาท/หน่วย

ซึ่งจากห้องพักที่โรงแรมสามารถขายได้ประมาณ 2,900 ห้อง/ปี (ณ อัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 40) โรงแรมแห่งนี้จะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าจากกิจกรรมนี้ได้ประมาณ 20.41 บาท/ห้องที่ขายได้/วัน หรือประมาณ 4,900 บาท/ปี

กิจกรรมที่ 2: การเปลี่ยนมาใช้ระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ในการให้แสงสว่างในพื้นที่บริเวณนอกห้องพัก

ข้อสมมติเบื้องต้นสำหรับกรณีของกิจกรรมการเปลี่ยนมาใช้ระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ให้แสงสว่างในพื้นที่บริเวณนอกห้องพักของโรงแรม มีดังนี้

(1) จำนวนจุดที่ใช้ระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ให้แสงสว่างในพื้นที่บริเวณนอกห้องพักมีจำนวน 12 จุด

(2) ในแต่ละวันมีระยะเวลาของการใช้พลังงานไฟฟ้าในพื้นที่บริเวณนอกห้องพักประมาณ 12 ชั่วโมง

ผู้ประกอบการให้ข้อมูลว่า ก่อนที่จะเปลี่ยนมาใช้ระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ในการให้แสงสว่างในบริเวณนอกห้องพักของโรงแรม โรงแรมมีการให้แสงสว่างโดยใช้หลอดไฟแบบ LED ขนาด 50 วัตต์ ที่มีราคาประมาณ 100 บาท/หลอด (ใช้จำนวน 12 หลอด ซึ่งมีต้นทุนประมาณ 1,200 บาท) ต่อมาโรงแรมมีการลงทุนเปลี่ยนมาใช้ระบบไฟฟ้าโซล่าเซลล์ให้แสงสว่าง จำนวน 12 จุด แทนการใช้หลอดไฟแบบ LED ซึ่งจุดที่ใช้ระบบไฟฟ้าโซล่าเซลล์ให้แสงสว่างแต่ละจุดมีต้นทุนประมาณ 290 บาท คิดเป็นต้นทุนทั้งหมดประมาณ 3,480 บาท ทั้งนี้ ด้วยอายุการใช้งานของหลอดไฟแบบ LED ที่โรงแรมใช้มาแต่เดิมกับหลอดไฟที่ใช้กับระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ ซึ่งเป็นหลอดไฟแบบ LED เหมือนกัน จึงสมมติให้มีอายุการใช้งานเท่ากัน ดังนั้นในการเปลี่ยนมาใช้ระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ให้แสงสว่าง โรงแรมมีต้นทุนส่วนเพิ่มประมาณ 2,280 บาท (3,480-1,200)

จากข้อสมมติข้างต้นที่ว่า มีจำนวนจุดที่ให้แสงสว่างด้วยระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์จำนวน 12 จุด และมีระยะเวลาการใช้งานต่อวันประมาณ 12 ชั่วโมง พบว่าการเปลี่ยนมาใช้ระบบโซล่าเซลล์ให้แสงสว่างสามารถทำให้โรงแรมประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 22.68 บาท/วัน ซึ่งจากห้องพักที่ขายได้ โรงแรมจะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 2.84 บาท/ห้องที่ขายได้/วัน หรือประมาณ 5,400 บาท/ปี

ค่าไฟฟ้าที่ประหยัดได้ดังกล่าว ยังไม่ได้หักต้นทุนส่วนเพิ่มจากการลงทุนที่มีประมาณ 2,280 บาท ซึ่งระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ที่ใช้ให้แสงสว่างจะมีอายุการใช้งานเฉลี่ยประมาณ 3-5 ปี เหมือนกับหลอดไฟแบบ LED แต่สามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณปีละ 5,400 บาท/ปี ซึ่งสูงกว่าต้นทุนส่วนเพิ่มประมาณเกือบเท่าตัว ดังนั้นภายใน 1 ปี โรงแรมก็สามารถคืนทุนได้จากการเปลี่ยนมาใช้ระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ให้แสงสว่างแทนการใช้ไฟฟ้าตามปกติ

กิจกรรมที่ 3: การทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ

โรงแรมมีการใช้เครื่องปรับอากาศเหมือนกันทั้ง 20 ห้อง โดยเป็นประเภท ติดผนังขนาด 18,000 BTU ที่ไม่ใช่เครื่องปรับอากาศที่มีระบบอินเวอร์เตอร์ (inverter) โดยในการคำนวณต้นทุน-ผลตอบแทนของการทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศของโรงแรม มีข้อสมมติเบื้องต้นของการคำนวณ 2 ข้อ ดังนี้

(1) สมมติให้แต่ละห้อง ผู้เข้าพักมีการเปิดใช้งานเครื่องปรับอากาศประมาณ 12 ชั่วโมง/วัน ซึ่งคอมเพรสเซอร์ (compressor) จะทำงานประมาณ 9 ชั่วโมง/วัน⁴²

(2) โรงแรมมีการล้างเครื่องปรับอากาศปีละ 3 ครั้ง หรือล้างทุก ๆ 4 เดือน โดยมีค่าล้างเครื่องปรับอากาศครั้งละ 400 บาท/เครื่อง

จากข้อสมมติข้อที่ 2 โรงแรมจะมีต้นทุนค่าล้างเครื่องปรับอากาศปีละประมาณ 24,000 บาท (20 ห้อง X 3 ครั้ง X 400 บาท/เครื่อง/ครั้ง) โดยเครื่องปรับอากาศที่โรงแรมใช้มีการใช้ไฟฟ้าประมาณเครื่องละ 1.31 วัตต์ต่อชั่วโมง⁴³ ดังนั้นจากข้อสมมติข้อที่ 1 เครื่องปรับอากาศแต่ละเครื่องจะมีการใช้ไฟฟ้าประมาณ 11.82 วัตต์ต่อวัน หากเทียบเป็นต่อเดือนตามจำนวนห้องที่ขายได้ (อัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 40) เครื่องปรับอากาศประเภทติดผนังขนาด 18,000 BTU ทั้ง 20 เครื่อง จะใช้ไฟฟ้าประมาณ 2,840 วัตต์/เดือน หรือคิดเป็นค่าไฟฟ้าประมาณ 8,930 บาทต่อเดือน

อย่างไรก็ตาม การล้างเครื่องปรับอากาศสามารถช่วยประหยัดการใช้ไฟฟ้าได้สูงสุดประมาณร้อยละ 35⁴⁴ ดังนั้น การล้างเครื่องปรับอากาศของโรงแรมจึงสามารถประหยัดการใช้ไฟฟ้าได้เดือนละประมาณ 990 วัตต์ หรือสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 3,130 บาท/เดือน หรือเท่ากับ 37,510 บาท/ปี (คิด ณ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 40) ซึ่งเมื่อหักค่าใช้จ่ายในการล้างเครื่องปรับอากาศที่มีประมาณปีละ 24,000 บาท โรงแรมจะมีผลตอบแทนสุทธิจากการประหยัดไฟฟ้าอันเกิดจากการล้างเครื่องปรับอากาศประมาณ 13,510 บาท/ปี ดังนั้นเมื่อเทียบต่อห้องพักที่ขายได้ โรงแรมจะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าจากการล้างเครื่องปรับอากาศได้ประมาณ 4.66 บาท/เครื่อง/วัน

⁴² การเปิดใช้งานเครื่องปรับอากาศจำนวน 8 ชั่วโมง คอมเพรสเซอร์ของเครื่องปรับอากาศจะทำงานเพียง 6 ชั่วโมง (อ้างอิงจาก <https://www.chillpainai.com/scoop/11547/>, สืบค้น เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

⁴³ เป็นการประมาณการจาก <https://sites.google.com/site/airconditioner55/extra-credit/kar-khanwn-btu> (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

⁴⁴ จากรายงานการศึกษาทดลองของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตเมื่อ พ.ศ. 2550 (<http://www.xn--72c0de7ax5g7b3a.com/18-Langair.html>, สืบค้น เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

หากพิจารณาในภาพรวมของกิจกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าทั้ง 3 กิจกรรมของโรงแรมที่เป็นกรณีตัวอย่าง พบว่า พ.ศ. 2562 กิจกรรมการทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศปีละ 3 ครั้ง สามารถช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าให้กับโรงแรมได้สูงสุดประมาณร้อยละ 9.5 ต่อเดือน ส่วนการเปลี่ยนมาใช้ระบบไฟฟ้าแบบโซล่าเซลล์ให้แสงสว่างแทนการใช้หลอดไฟแบบปกติ ช่วยให้โรงแรมสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณร้อยละ 5.7 ต่อเดือน สำหรับการเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟแบบ LED สามารถช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าให้กับโรงแรมได้ประมาณร้อยละ 2.0 ต่อเดือน ดังนั้น หากนับรวมกิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรม จะช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าให้กับโรงแรมได้ประมาณร้อยละ 17.2 ต่อเดือน หรือคิดเป็นเงินประมาณเดือนละ 2,040 บาท⁴⁵ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 5.3)

นอกจากนี้ หากเทียบเป็นต่อวันที่สามารถขายห้องพักได้ พบว่า กิจกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าทั้ง 3 กิจกรรม สามารถช่วยประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 8.51 บาท/วัน หรือประมาณ 4.57 บาท/ผู้ที่เข้าพัก 1 คน หมายความว่า การขายห้องพักได้ 1 ห้อง ในแต่ละวัน กิจกรรมการประหยัดพลังงานทั้ง 3 กิจกรรม จะช่วยให้โรงแรมสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้ประมาณ 8.51 บาท/ห้อง หรือประมาณ 4.57 บาทต่อผู้เข้าพัก 1 คน⁴⁶

ตารางที่ 5.3 ปริมาณการค่าไฟฟ้าที่สามารถประหยัดได้จากกิจกรรมการประหยัดพลังงานไฟฟ้าของโรงแรม

กิจกรรม	ค่าไฟฟ้าที่ประหยัดได้ (คิดเทียบต่อห้องที่ขายได้) ^{1/}		
	บาท/วัน	บาท/คนที่เข้าพัก ^{2/}	บาท/เดือน
1. การเปลี่ยนมาใช้หลอดไฟฟ้าแบบ LED ในห้องพัก	1.02	0.54	240
2. การเปลี่ยนมาใช้เสาไฟที่เป็นระบบไฟฟ้าโซล่าเซลล์	2.84	1.52	680
3. การทำความสะอาดเครื่องปรับอากาศ 3 ครั้ง/ปี	4.66	2.51	1,120
ผลรวมของทั้ง 3 กิจกรรม	8.51	4.57	2,040

ที่มา: ปริมาณการจากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ร่วมกับค่าไฟฟ้าของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และข้อมูลมติเบื้องต้นบางประการ

หมายเหตุ: ^{1/} ปริมาณการ ณ ห้องที่ขายได้ ที่มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 40

^{2/} พ.ศ. 2562 โรงแรมมีผู้เข้าพักทั้งหมด 5,352 คน

2) กิจกรรมการใช้น้ำอย่างประหยัด

โรงแรมมีการจัดการและการทำงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่เป็นกิจกรรมการประหยัดการใช้น้ำ 2 กิจกรรมสำคัญ ได้แก่ 1) การเปลี่ยนชักโครกจากแบบที่ใช้น้ำ 6 ลิตร/ครั้ง มาเป็นแบบใช้น้ำแบบตักราด และ 2) การเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัด (เบอร์ 3

⁴⁵ พ.ศ. 2562 โรงแรมมีการใช้ไฟฟ้าประมาณ 13,940 หน่วย หรือประมาณเดือนละ 1,160 หน่วย คิดเป็นค่าไฟฟ้าประมาณ 9,800 บาท/เดือน และคิดเป็นการใช้ไฟฟ้าต่อหัวผู้เข้าพักประมาณ 6.94 หน่วย/คน หรือคิดเป็นเงิน 21.86 บาท/คน

⁴⁶ พ.ศ. 2562 โรงแรมมีผู้เข้าพักจำนวน 5,352 คน

หรือ 4) สำหรับการประมาณการค่าน้ำประปาที่ประหยัดได้จากการดำเนินกิจกรรมทั้ง 2 ประเภท กำหนดให้ใช้อัตราค่าน้ำประปาต่อลิตรในอัตราเดียวกัน ซึ่งคำนวณมาจากราคาน้ำประปาเฉลี่ยของปริมาณการใช้น้ำ 150-280 ลูกบาศก์เมตร ของการประปาส่วนภูมิภาค ซึ่งมีราคาเฉลี่ยประมาณ 0.028 บาท/ลิตร⁴⁷ โดยมีรายละเอียดของการประมาณการค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้ของแต่ละกิจกรรมพอสังเขปดังนี้

กิจกรรมที่ 1: การเปลี่ยนมาใช้ชักโครกแบบตกราด

การคำนวณการประหยัดน้ำจากการเปลี่ยนการใช้ชักโครกแบบใช้น้ำ 6 ลิตร/ครั้ง มาเป็นการใช้น้ำแบบตกราดทั้งหมด มีข้อสมมติเบื้องต้นสำหรับการคำนวณที่สำคัญ ดังนี้

(1) กำหนดให้ผู้เข้าพักในแต่ละห้องใช้งานชักโครกต่อการเข้าพัก 1 คืน จำนวน 10 ครั้ง/ห้อง

(2) กำหนดให้การใช้ชักโครกด้วยการตกราด สามารถประหยัดน้ำได้ประมาณ 4 ลิตร/ครั้ง⁴⁸

จากข้อสมมติทั้ง 2 ข้อ สามารถประมาณการได้ว่า การเปลี่ยนมาใช้วิธีการตกราดในชักโครกแทนการใช้ชักโครกแบบใช้น้ำ 6 ลิตร/ครั้ง ทำให้โรงแรมสามารถประหยัดน้ำได้ประมาณ 40 ลิตร/ห้อง (4 ลิตร X 10 ครั้ง) หรือคิดเป็นค่าน้ำประปาที่ประหยัดได้ประมาณ 1.12 บาท/ห้องพัก (40 ลิตร X 0.028 บาท/ลิตร) ซึ่งจากห้องพักที่โรงแรมสามารถขายได้ประมาณ 2,900 ห้อง/ปี หรือ 240 ห้อง/เดือน (คิด ณ อัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 40) โรงแรมจะสามารถประหยัดน้ำประปาได้จากการเปลี่ยนมาใช้วิธีการตกราดในชักโครกประมาณ 9.67 ลูกบาศก์เมตร/เดือน หรือคิดเป็นค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้ต่อเดือนประมาณ 270 บาท

กิจกรรมที่ 2: การเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัด (เบอร์ 3 หรือ 4)

โรงแรมมีการเปลี่ยนก๊อกน้ำจากแบบธรรมดามาเป็นแบบประหยัดน้ำ (ประมาณเบอร์ 3 หรือ 4) ที่เป็นลักษณะของหัวฟองฟูที่ทำให้การเปิดน้ำแต่ละครั้งจะมีปริมาณน้ำที่ออกมาน้อยลง ทำให้สามารถประหยัดน้ำได้ระดับหนึ่ง โดยในการประมาณการปริมาณน้ำที่สามารถประหยัดได้จากการเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดน้ำ มีข้อสมมติเบื้องต้นสำหรับการคำนวณที่สำคัญดังนี้⁴⁹

⁴⁷ คัดจากโปรแกรมคำนวณของการประปาส่วนภูมิภาค โดยการใช้ 150 200 และ 280 ลูกบาศก์เมตร จะมีค่าน้ำประปาประมาณ 4,010 5,589 และ 8,146 บาท หรือคิดเป็นราคาน้ำต่อลิตรได้ประมาณ 0.027, 0.028 และ 0.029 บาท/ลิตร (คำนวณจาก <https://www.pwa.co.th/calculate/water-tariff>, เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

⁴⁸ เป็นการกำหนดบนพื้นฐานที่ว่า การใช้ชักโครกแบบเดิมเป็นการใช้น้ำครั้งละ 6 ลิตร/ครั้ง ส่วนการตกราดในชักโครกแต่ละครั้งจะใช้น้ำประมาณ 2 ลิตร

⁴⁹ อัตราการไหลต่อก๊อกน้ำแบบปกติและประหยัด อ้างอิงข้อมูลมาจาก Facebook การประสานหลวง (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

(1) กำหนดให้ผู้เข้าพักในแต่ละห้องใช้งานก๊อกน้ำประมาณ 10 นาที/ห้อง/คืนพัก

(2) กำหนดให้ก๊อกน้ำแบบธรรมดา มีปริมาตรการใช้้ำต่อนาที ประมาณ 13 ลิตร

(3) กำหนดให้ก๊อกน้ำแบบประหยัดเบอร์ 3 มีปริมาตรการใช้้ำต่อนาที ประมาณ 6 ลิตร ส่วนเบอร์ 4 มีปริมาตรการใช้้ำต่อนาทีประมาณ 4 ลิตร

จากข้อสมมติทั้ง 3 ข้อ เมื่อกำหนดให้การเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดสามารถประหยัดน้ำได้ประมาณ 5 ลิตร/นาที ดังนั้น สามารถประมาณการได้ว่าการเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดของโรงแรมสามารถประหยัดน้ำได้ประมาณ 50 ลิตร/ห้อง (5 ลิตร X 10 นาที) หรือคิดเป็นค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้ประมาณ 1.40 บาท/ห้อง (50 ลิตร X 0.028 บาท/ลิตร) ซึ่งจากห้องพักที่โรงแรมสามารถขายได้ประมาณ 2,900 ห้อง/ปี หรือ 240 ห้อง/เดือน (คิด ณ อัตราการเข้าพักที่ร้อยละ 40) โรงแรมจะสามารถประหยัดน้ำประปาได้จากการเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดประมาณ 12.08 ลูกบาศก์เมตร/เดือน หรือคิดเป็นค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้ต่อเดือนประมาณ 340 บาท

หากพิจารณาในภาพรวมของกิจกรรมการประหยัดน้ำทั้ง 2 กิจกรรม ของโรงแรมที่เป็นกรณีตัวอย่าง พบว่า พ.ศ. 2562 กิจกรรมทั้ง 2 สามารถช่วยประหยัดน้ำประปาได้ประมาณ 21.75 ลูกบาศก์เมตร/เดือน โดยกิจกรรมการประหยัดน้ำด้วยการเปลี่ยนมาใช้วิธีการตักน้ำราดชักโครกเป็นกิจกรรมที่ทำให้โรงแรมสามารถประหยัดน้ำได้มากที่สุด โดยสามารถช่วยประหยัดค่าน้ำประปาได้ประมาณร้อยละ 7.50 ต่อเดือน ส่วนการเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัด สามารถช่วยประหยัดค่าน้ำประปาได้ประมาณร้อยละ 9.45 ต่อเดือน ดังนั้น หากนับรวมทั้ง 2 กิจกรรม จะช่วยประหยัดค่าน้ำประปาให้กับโรงแรมได้ประมาณร้อยละ 16.95 ต่อเดือน หรือคิดเป็นเงินประมาณเดือนละ 610 บาท⁵⁰ (ดูรายละเอียดในตารางที่ 5.4)

นอกจากนี้ หากเทียบเป็นต่อวันที่สามารถขายห้องพักได้ พบว่า กิจกรรมการประหยัดน้ำทั้ง 2 กิจกรรม สามารถช่วยประหยัดค่าน้ำประปาได้ประมาณ 2.54 บาท/วัน หรือประมาณ 1.37 บาท/ผู้ที่เข้าพัก 1 คน หมายความว่า การขายห้องพักได้ 1 ห้อง ในแต่ละวันของโรงแรม กิจกรรมการประหยัดน้ำทั้ง 2 กิจกรรม จะช่วยให้โรงแรมสามารถประหยัดค่าน้ำประปาได้ประมาณ 2.54 บาท/ห้อง หรือประมาณ 1.37 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน⁵¹

⁵⁰ พ.ศ. 2562 โรงแรมมีการใช้น้ำประปาประมาณ 1,280 ลูกบาศก์เมตร หรือประมาณเดือนละ 110 ลูกบาศก์เมตร คิดเป็นค่าน้ำประปาประมาณ 2,990 บาท/เดือน และคิดเป็นการใช้น้ำประปาต่อหัวผู้เข้าพักประมาณ 240 ลิตร/คน หรือคิดเป็นเงิน 6.70 บาท/คน

⁵¹ พ.ศ. 2562 โรงแรมมีผู้เข้าพักจำนวน 5,352 คน

ตารางที่ 5.4 ประเมินการค่าน้ำประปาที่สามารถประหยัดได้จากกิจกรรมการประหยัดน้ำของ
โรงแรม

กิจกรรม	ค่าน้ำประปาที่ประหยัดได้ (คิดเทียบต่อห้องที่ขายได้) ^{1/}		
	บาท/วัน	บาท/คนที่เข้าพัก ^{2/}	บาท/เดือน
1. การเปลี่ยนมาใช้น้ำรดซักโครก	1.13	0.61	270
2. การเปลี่ยนมาใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัด (เบอร์ 3 หรือ 4)	1.42	0.76	340
ผลรวมของทั้ง 2 กิจกรรม	2.54	1.37	610

ที่มา: ประเมินการจากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ร่วมกับค่าน้ำประปาส่วนภูมิภาค และข้อสมมติเบื้องต้นบางประการ
หมายเหตุ: ^{1/} ประเมินการ ณ ห้องที่ขายได้ ที่มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 40

^{2/} พ.ศ. 2562 โรงแรมมีผู้เข้าพักทั้งหมด 5,352 คน

3) กิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม

โรงแรมมีกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ 3 กิจกรรม ที่สามารถ
ประมาณการออกมาเป็นตัวเงินได้ ได้แก่ การชำระค่าธรรมเนียมขยะให้กับเทศบาล การแยก
และนำขยะรีไซเคิลไปจำหน่าย และการใช้น้ำดื่มที่เป็นขวดแก้วแทนขวดพลาสติกในห้องพัก ดังมี
รายละเอียดของต้นทุน-ผลตอบแทนในแต่ละกิจกรรมพอสังเขปดังนี้

(1) การชำระค่าธรรมเนียมการจัดเก็บขยะให้กับเทศบาล ซึ่งโรงแรมต้อง
จ่ายให้กับเทศบาลเป็นประจำทุกเดือนในอัตราเดือนละ 150 บาท ดังนั้นโรงแรมจึงมี
ค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนในการจัดเก็บขยะที่ต้องจ่ายให้กับเทศบาลประมาณ 1,800 บาท/ปี
ทั้งนี้ จากข้อมูลขยะทั่วไปของโรงแรมใน พ.ศ. 2562 ที่มีประมาณ 2,695 กิโลกรัม
ดังนั้น โรงแรมจึงมีต้นทุนค่าจัดเก็บขยะใน พ.ศ. 2562 ประมาณ 0.67 บาท/กิโลกรัม
หรือคิดเป็นต้นทุนต่อหัวผู้เข้าพักประมาณ 0.34 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน⁵²

การชำระค่าธรรมเนียมการจัดเก็บขยะให้กับเทศบาล ถือเป็นกิจกรรมเดียว
ที่เป็นต้นทุนของกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมที่โรงแรมต้องแบกรับ
ภาระในแต่ละปี เมื่อเทียบกับจำนวนห้องที่ขายได้ต่อปี (2,900 ห้อง/ปี) พบว่า โรงแรม
จะมีต้นทุนของกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม (การจัดการขยะ) ต่อห้อง
ที่ขายได้ประมาณ 0.62 บาท/ห้อง/วัน หรือเท่ากับ 200 บาท/ห้อง/เดือน (ดูรายละเอียด
ในตารางที่ 5.5)

นอกจาก ต้นทุนที่เกิดจากกิจกรรมดังกล่าวแล้ว โรงแรมยังได้รับประโยชน์ (หรือ
ผลตอบแทน) บางประการจากกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม ดังมีรายละเอียด
พอสังเขปดังนี้

⁵² จากการจัดเก็บข้อมูลขยะของโรงแรมพบว่า พ.ศ. 2562 โรงแรมมีขยะรวมทั้งหมด 2,755 กิโลกรัม (ร้อยละ 98 เป็นขยะทั่วไป) โดย
มีผู้เข้าพักทั้งหมด 5,352 คน ดังนั้น ผู้เข้าพัก 1 คน จะมีอัตราการก่อขยะประมาณ 0.51 กิโลกรัม

(1) การแยกและนำขยะรีไซเคิล (recycle) ไปจำหน่าย จากกิจกรรมคัดแยกขยะของโรงแรม ทำให้โรงแรมมีขยะรีไซเคิลที่สามารถนำไปจำหน่ายได้ ซึ่ง พ.ศ. 2562 โรงแรมมีรายรับจากการนำขยะรีไซเคิลไปจำหน่ายประมาณ 390 บาท⁵³ รายรับดังกล่าวเป็นเงินกองกลางร่วมกันของพนักงานเพื่อนำมาใช้ในการจัดงานเลี้ยงในเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานปีใหม่ เป็นต้น

(2) การใช้ผ้าเช็ดตัวที่เป็นขวดแก้วแทนขวดพลาสติกในห้องพัก โดยโรงแรมจะให้บริการผ้าเช็ดตัวห้อยละ 2 ขวด ซึ่งแต่เดิมนั้นโรงแรมให้บริการผ้าเช็ดตัวที่เป็นขวดพลาสติก ที่มีราคาเฉลี่ยประมาณขวดละ 4.5 บาท ต่อมาโรงแรมได้เปลี่ยนมาใช้เป็นขวดแก้วแทนขวดพลาสติก ซึ่งมีราคาเฉลี่ยประมาณขวดละ 3.1 บาท⁵⁴ ทำให้โรงแรมสามารถลดต้นทุนได้ประมาณ 1.4 บาท/ขวด ดังนั้น ในแต่ละปีโรงแรมจะได้รับผลตอบแทนจากการเปลี่ยนมาใช้ผ้าเช็ดตัวที่เป็นขวดแก้วประมาณ 8,100 บาท (คิดตามจำนวนห้องที่ขายได้ ณ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยประมาณร้อยละ 40)

จากกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมทั้ง 2 กิจกรรม ทำให้ พ.ศ. 2562 โรงแรมได้รับผลตอบแทนประมาณ 8,490 บาท หรือคิดเทียบต่อห้องที่ขายได้ โรงแรมจะได้รับผลตอบแทนจากกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมต่อห้องที่ขายได้ประมาณ 2.93 บาท/ห้อง/วัน หรือ 700 บาท/ห้อง/เดือน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 5.5)

ตารางที่ 5.5 ประมาณการต้นทุน-ผลตอบแทนของกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม

กิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม	ต้นทุน (บาท/ปี)	ผลตอบแทน (บาท/ปี)
1. การชำระค่าธรรมเนียมขยะให้กับเทศบาล	1,800	-
2. การแยกและนำขยะรีไซเคิลไปจำหน่าย	-	390 ^{1/}
3. การใช้ผ้าเช็ดตัวที่เป็นขวดแก้วในห้องพัก (ห้องละ 2 ขวด)	-	8,100
รวม	1,800	8,490
คิดเทียบต่อห้องที่ขายได้ (บาท/ห้องที่ขายได้)	0.62	2.93
คิดเทียบต่อเดือน (บาท/เดือน/ห้องที่ขายได้)	200	700
ผลตอบแทนสุทธิต่อห้องที่ขายได้ (บาท/วัน)		2.31
ผลตอบแทนสุทธิต่อห้องที่ขายได้ (บาท/เดือน)		600

ที่มา: ประมาณการจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อมูลเบื้องต้นบางประการ

หมายเหตุ: ^{1/} พ.ศ. 2562 โรงแรมมีขยะรีไซเคิลรวมทั้งปีประมาณ 60 กิโลกรัม ซึ่งจากราคารับซื้อขยะรีไซเคิลประเภทขวด PET ใสของวงษ์พาณิชย์ ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 อยู่ที่ระดับราคาประมาณ 6.50 บาท

⁵³ พ.ศ. 2562 โรงแรมมีขยะรีไซเคิลรวมทั้งปีประมาณ 60 กิโลกรัม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นขวดน้ำดื่ม จากราคารับซื้อขยะรีไซเคิลประเภทขวด PET ใสของวงษ์พาณิชย์ ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 อยู่ที่ระดับราคาประมาณ 6.50 บาท

⁵⁴ อ้างอิงข้อมูลจาก <https://positioningmag.com/1260720> (สืบค้นเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม พ.ศ. 2564)

ดังนั้น หากพิจารณาต้นทุน-ผลตอบแทนที่เกิดจากการจัดการและดูแลสิ่งแวดล้อมของโรงแรมพบว่า พ.ศ. 2562 โรงแรมจะได้รับผลตอบแทนจากกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมสูงกว่าต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น โดยโรงแรมได้รับผลตอบแทนสุทธิจากกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมต่อห้องที่ขายได้ประมาณ 2.31 บาท/ห้อง/วัน หรือ 600 บาท/ห้อง/เดือน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 5.5)

4) กิจกรรมการดูแลและอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่า

ผู้ประกอบการของโรงแรมแห่งนี้ เป็นหนึ่งในแกนนำสำคัญที่มีความตระหนักและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์บ้านไม้เก่าริมแม่น้ำโขง โดยพยายามคงความเป็นเอกลักษณ์ของบ้านไม้ริมแม่น้ำโขงเอาไว้ให้ได้มากที่สุดในแต่ละปีโรงแรมจะมีต้นทุนที่เป็นค่าใช้จ่ายในการดูแลในส่วนที่เป็นไม้เก่าที่สามารถคำนวณเป็นตัวเงินได้ 2 รายการสำคัญ คือ การกำจัดและป้องกันปลวกประจำปี และการซ่อมแซมโครงสร้างไม้เก่าที่ชำรุด โดยในแต่ละปีโรงแรมมีค่าใช้จ่ายในการกำจัดและป้องกันปลวกประมาณ 9,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายในการซ่อมแซมโครงสร้างไม้เก่าที่ชำรุดประมาณ 60,000 บาท รวมแล้วจะมีต้นทุนในการดูแลและอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่าประมาณ 69,000 บาท เมื่อเทียบกับจำนวนห้องที่ขายได้ต่อปี (2,900 ห้อง) พบว่า โรงแรมจะมีต้นทุนในการดูแลและอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่าต่อห้องที่ขายได้ประมาณ 23.79 บาท/ห้อง/วัน หรือเท่ากับ 5,700 บาท/ห้อง/เดือน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 5.6)

ตารางที่ 5.6 ประมาณการต้นทุนของกิจกรรมการดูแลและอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่า

กิจกรรมการดูแลและอนุรักษ์บ้านไม้เก่า	ต้นทุน (บาท/ปี)
1. การกำจัดและป้องกันปลวกประจำปี	9,000
2. การซ่อมแซมโครงสร้างไม้เก่าที่ชำรุด	60,000
รวม	69,000
ต้นทุนต่อห้องที่ขายได้ต่อวัน (บาท/ห้อง/วัน)^{1/}	23.79
ต้นทุนต่อห้องที่ขายได้ต่อเดือน (บาท/ห้อง/เดือน)^{1/}	5,700

ที่มา: ประมาณการจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อมูลเบื้องต้นบางประการ
หมายเหตุ: คัด ณ อัตราการเข้าพักเฉลี่ยร้อยละ 40

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เป็นบทความวิชาการในฐานข้อมูล ThaiJo และการสืบค้นผ่าน Google Scholar ยังไม่พบบทความวิชาการที่มีการประเมินถึงมูลค่าบ้านไม้เก่าในพื้นที่ถนนคนเดินเชียงคานมีเพียงการประเมินมูลค่าความเต็มใจจ่ายสำหรับวิถีชีวิตและความเป็นไปของสภาพสังคม รวมถึงการมีประเพณีและวัฒนธรรมในพื้นที่เรือนไม้เก่าเชียงคาน และความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้พลังงาน หมุนเวียน และจัดการพลังงาน

อย่างมีประสิทธิภาพภายในพื้นที่เรือนไม้เก่าเชียงคาน พ.ศ. 2562 โดย สำนักงานบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งนำเสนอต่อ อพท. ดังนั้น การศึกษานี้จึงยังไม่สามารถประมาณการมูลค่าที่เป็นตัวเงินของผลประโยชน์ที่เกิดจากความเป็นบ้านไม้เก่าในพื้นที่ถนนคนเดินเชียงคานได้

5.4 การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชน

การนำเสนอในหัวข้อย่อนี้เป็นการนำเสนอถึงกรณีตัวอย่างที่เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ซึ่งมีกิจกรรมที่สอดคล้องตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชนในเรื่องของการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่น (หรือคนท้องถิ่น) ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบและกิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เพื่อให้เห็นถึงวิวัฒนาการของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา จึงขอเริ่มต้นด้วยความเป็นมาของการพัฒนาการท่องเที่ยวของถนนคนเดินเชียงคาน และการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านต้นหล้าจนมาถึงการท่องเที่ยวโดยชุมชนวัดป่าใต้ ดังมีรายละเอียดพอสังเขปดังนี้

ในช่วง พ.ศ. 2551 ที่มีการเปิดเมืองเชียงคาน ภายใต้แนวคิดการนำเสนอบ้านไม้เก่า ชุมชนท้องถิ่นบริเวณถนนคนเดินเชียงคานที่อยู่ภายใต้การดูแลของเทศบาลตำบลเชียงคาน ยังไม่มีแนวคิดของการพัฒนาบริเวณถนนริมโขงให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ต่อมาใน พ.ศ. 2552 จึงเปิดเรื่องการท่องเที่ยว ภายใต้การนำเสนอภาพของเชียงคาน 100 ปี ซึ่งในช่วงแรกมีนักท่องเที่ยวกลุ่มสะพายเป้ (backpacker) เข้ามา และในขณะนั้นมีโรงแรมเพียง 2 แห่งเท่านั้น ที่สามารถรองรับผู้มาเยือนได้ จึงทำให้ผู้มาเยือนหลายราย (จำนวนหนึ่ง) พักตามบ้านเรือนของชาวบ้าน (เกิดจากการเชื้อเชิญของชาวบ้าน จนนำมาสู่การให้บริการโฮมสเตย์ในระยะเวลาต่อมา) หลังจากนั้นก็มีผู้มาเยือนเชียงคานมากขึ้น ทำให้มีความต้องการสถานที่พักแรม จึงมีชาวบ้านจำนวนหนึ่งใช้บ้านของตนเองเป็นที่พักแรมเพื่อให้บริการแก่ผู้มาเยือน โดยทำในลักษณะที่พักแรมเชิงอนุรักษ์บ้านไม้เก่า (ไม่เน้นการลงทุนใหม่ เพราะต้องการประหยัดให้มากที่สุด) โดยมีตลาดนักศึกษาหรือคนที่เข้ามาทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชุมชนเป็นตลาดหลักที่สำคัญ คนกลุ่มนี้ต้องการที่พักที่ไม่จำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก โดยสามารถพักร่วมกับชาวบ้านในลักษณะของโฮมสเตย์ได้ แต่ในขณะนั้นชาวบ้านไม่สามารถรับลูกค้า (นักท่องเที่ยว) ได้โดยตรง เนื่องจากไม่มีประสบการณ์การให้บริการ จึงจำเป็นต้องมีคนกลาง (operator) เข้ามาจัดการให้ ทำให้เกิดเป็นกลุ่มจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านต้นหล้า ซึ่งต่อมาได้มีการพัฒนาจนเป็นวิสาหกิจชุมชนบ้านต้นหล้าจนถึงปัจจุบัน

เดิมกลุ่มชุมชนบ้านต้นหล้ามีสมาชิกเกือบทั้งเชียงคาน ปัจจุบันมีลักษณะของการเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง (กลุ่มชุมชนบ้านต้นหล้าเป็นกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง เนื่องจากมีสมาชิกหลากหลายอาชีพและมีจิตสาธารณะมาร่วมกันทำงาน) โดยสิ่งที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน คือ ชาวบ้านมีส่วนร่วมน้อยลง แต่การขับเคลื่อนยังคงเหมือนเดิม สำหรับโฮมสเตย์ของกลุ่มเหลือเพียง 1 หลัง เนื่องจาก ผู้ให้บริการโฮมสเตย์ (เดิม) มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการให้บริการที่ผิดตามกระแสของการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง ส่วนใหญ่ได้เปลี่ยนจากการให้บริการโฮมสเตย์ไปเป็นโฮมลodge/เกสต์เฮาส์แทน ซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่าโฮมสเตย์ ส่วนการจัดการท่องเที่ยวยังคงมีเหมือนเดิม โดยกรุ๊ปทัวร์จะมาใช้บริการในช่วงวันธรรมดาโดยการติดต่อผ่านศูนย์ฯ ส่วนช่วงสุดสัปดาห์ (week-end) จะเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มสามารถรับนักท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ต้องผ่านศูนย์ฯ เพราะต้องการให้รายได้ตกอยู่กับสมาชิกและผู้ประกอบการในชุมชน เนื่องจากเป็นช่วงที่เชียงคานมีผู้มาเยือนมากกว่าช่วงวันธรรมดา

การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นที่เชียงคานในช่วงที่ผ่านมา ผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดตกอยู่บริเวณถนนริมโขง (หรือถนนคนเดินเชียงคาน) เป็นหลัก (เกิดการกระจุกตัว) ชาวบ้านในพื้นที่อื่น ๆ บริเวณรอบ ๆ ถนนคนเดินไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ชุมชนจึงมีแนวคิดร่วมกันที่จะกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไปยังชุมชนอื่น ๆ ที่อยู่นอกถนนริมโขงที่เป็นถนนคนเดิน และจะทำเส้นทางรวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงกับถนนริมโขง โดยพยายามพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่มีจุดเด่นน่าสนใจมาเสนอกับผู้มาเยือน ดังนั้นจึงเกิดเป็นชุมชนวัดป่าไผ่ขึ้นในเวลาต่อมา (เกิดขึ้นในช่วงก่อนการระบาดของโควิด-19) โดยเป็นการรวมตัวกันของคนในชุมชนวัดป่าไผ่แล้วลุกขึ้นมาจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ชุมชนแห่งนี้สนใจจัดการท่องเที่ยวโดยหวังที่จะให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้เสริม แต่มีบางครัวเรือนสนใจที่จะทำเป็นรายได้หลัก ตัวอย่างเช่น ชาวบ้านที่ทำผ้าห่มนวมในชุมชนเห็นถึงโอกาสของการท่องเที่ยวที่จะทำให้ได้มาซึ่งรายได้เสริม และต้องการได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นที่เชียงคาน จึงจัดทำเป็นฐานเรียนรู้การทำผ้าห่มนวมเพื่อนำเสนอต่อผู้มาดูงาน และผู้ที่สนใจจะเรียนรู้และต้องการมีประสบการณ์ร่วมกับชุมชนท้องถิ่นในการทำผ้าห่มนวมที่เป็นอาชีพหลักในอดีตของคนเชียงคาน

ปัจจุบันชุมชนมีความพยายามพัฒนาชุมชนวัดป่าไผ่ให้เป็นอีกหนึ่งในสินค้าท่องเที่ยวของเชียงคาน โดยผู้นำของวิสาหกิจชุมชนบ้านต้นหล้าได้มีการเข้าไปปรับฐานคิดของคนในชุมชนวัดป่าไผ่เพื่อให้มีการใช้ศักยภาพของชุมชนที่ตนเองมีอยู่มาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยพยายามดึงรายรับจากการท่องเที่ยวมาช่วยชุมชน (ประเด็นคือ การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมในชุมชน) ใช้ทุนชุมชนมาเสนอขาย โดยนำความโดดเด่นของชุมชนมาเสนอให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ชุมชนได้เห็นถึงผลกระทบ (เชิงลบ) จากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น และคิดว่าต้องมีแผนในการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเริ่มต้นจากการใช้วัดเป็นศูนย์กลางในการรวมและดึงคนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการ

จัดการท่องเที่ยวในชุมชน โดยสัญญาณที่เห็นว่าการท่องเที่ยวของเชียงคานเริ่มมีปัญหาคือ ในช่วงที่เชียงคานขยายตัวสูงสุดประมาณ พ.ศ. 2557 คนในชุมชนมีความเห็นแก่ตัวมากขึ้น มีความขัดแย้งเพิ่มมากขึ้น (คนในชุมชนมีลักษณะต่างคนต่างอยู่) ส่วนอีกสัญญาณหนึ่ง ก็คือนักท่องเที่ยวมีรูปแบบและวิธีการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป โดยไม่สนใจที่พักแบบโฮมสเตย์ (นอนกับชาวบ้าน) กล่าวคือ เชียงคานกำลังกลายเป็นเมืองที่ถูกเที่ยวมากกว่าเมืองที่น่าเที่ยว ทัศนคติความเป็นเมืองเข้ามาในเชียงคานมากขึ้น เริ่มเห็นถึงความไม่ยั่งยืนของการท่องเที่ยว ซึ่งเห็นได้จากการที่ชุมชนเห็นแต่ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมิได้มองถึงผลกระทบ (เชิงลบ) จากการท่องเที่ยวทั้งในเรื่องของสังคม (เช่น ต่างคนต่างอยู่ ไม่มีความเกื้อกูลกัน) และสิ่งแวดล้อม (เช่น ปัญหาขยะ)⁵⁵

ปัจจัยที่เอื้อให้ชุมชนวัดป่าได้เป็นชุมชนที่มีความพร้อมและศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ได้แก่ การมีแกนนำที่มีจิตสาธารณะ (ต้องคิดในเชิงบวก) และจิตอาสา (แกนนำที่มีลักษณะดังกล่าวมีส่วนสำคัญถึงร้อยละ 50 ในการที่จะทำให้การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนประสบความสำเร็จ) ดังนั้นในช่วงเริ่มต้นการพัฒนาจึงต้องมีผู้นำ หลังจากนั้นผู้นำต้องถอยแล้วให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อน (เริ่มจากแกนนำ แล้วขับเคลื่อนด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน) หลังจากชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม ผู้นำจะเปลี่ยนบทบาทของตนเองเป็นผู้ให้คำปรึกษาแทนการเป็นแกนนำในการทำงาน ดังนั้น วิสัยทัศน์ของผู้นำจึงมีความสำคัญด้วย ทั้งนี้โดยทั่วไปในชุมชนจะมีแกนนำตามธรรมชาติ ซึ่งต้องดึงมาเป็นแกนนำในการทำงาน โดยแกนนำตามธรรมชาติต้องเป็นคนที่มีความจิตสาธารณะและจิตอาสา แล้วค่อยปรับฐานคิดให้แกนนำเข้าใจแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ก่อนที่แกนนำจะไปถ่ายทอดและปรับแนวคิดของคนในชุมชน

ชุมชนวัดป่าได้ถือเป็นชุมชนนำร่องและเป็นต้นแบบให้ชุมชนอื่นๆ ในเชียงคาน (ที่อยู่บริเวณรอบๆ ถนนคนเดินเชียงคาน) ได้ดูเป็นตัวอย่างถึงการรวบรวมและนำทุนที่ชุมชนมีอยู่มาจัดการเพื่อสร้างมูลค่า และนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมแบ่งปันผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยชุมชนมีการนำเสนอฐานเรียนรู้ต่างๆ เช่น การทำผ้าหม่นวม การทำเส้นข้าวปุ้น การทำของฝาก (พวงกุญแจ) การทำ ผาสดลอยเคราะห์ เป็นต้น โดยเริ่มรับกรู๊ปทัวร์ที่เป็นคณะดูงานตั้งแต่ พ.ศ. 2562 (มีคณะมาดูงานประมาณ 10 คณะต่อปี) ทั้งนี้การติดต่อเข้ามาของกรู๊ปทัวร์จะมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งที่ติดต่อผ่านเทศบาลตำบลเชียงคาน และผู้ประสานงานของกลุ่ม ซึ่งโดยทั่วไปหากเป็นกลุ่มดูงานที่มีเป้าหมายหลักเพื่อมาดูงาน มีเวลาน้อย และไม่มีเวลาทำกิจกรรมในชุมชน ก็จะทำให้วิสาหกิจชุมชนบ้านต้นหล้าเป็นผู้รับผิดชอบดูแลและจัดการ แต่ถ้าหากผู้มาเยือนต้องการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์จากการทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนผ่านฐานเรียนรู้ต่างๆ ก็จะดำเนินการและให้บริการโดยชุมชนวัดป่าได้

⁵⁵ เป็นข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้นำวิสาหกิจชุมชนบ้านต้นหล้า ซึ่งเป็นผู้ที่เข้ามามีการจัดการในเรื่องการท่องเที่ยวและกลุ่มวิสาหกิจของชุมชน ตั้งแต่เริ่มเมื่อ พ.ศ. 2551 จึงได้เห็นและได้สัมผัสกับพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว และเห็นถึงความขัดแย้งของคนในชุมชน ดังนั้นจึงเล็งเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงความคิดของคนในชุมชน และคิดว่าหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เชียงคานจะเผชิญกับคู่แข่งและมีการแข่งขันกันมากขึ้น นอกจากนี้ ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ชาวบ้านเริ่มหันหน้ามาคุยกัน และร่วมกันจัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของเชียงคาน โดยมีเทศบาลตำบลเชียงคานเป็นเจ้าภาพ และมี อพท. ให้การสนับสนุนในการจัดทำเวทีสาธารณะและการปฏิบัติงาน

ทั้งนี้ ก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 (พ.ศ. 2562) ลูกค้าที่มาใช้บริการเป็นลักษณะของคณะที่มามีความมากกว่าเป็นลูกค้าที่แท้จริง (ในช่วงนั้นต้องการสร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ) โดยที่วิสาหกิจชุมชนบ้านต้นหล้าจะรับคณะทัวร์ดูงานเป็นหลัก ขณะที่ชุมชนวัดป่าใต้ซึ่งเริ่มต้นจากกลุ่มคณะดูงานก่อนแล้วค่อย ๆ มีกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทครอบครัวมาใช้บริการเพิ่มขึ้นในเวลาต่อมา (แต่ยังคงมีสัดส่วนน้อย) โดยแนวคิดของกลุ่มท่องเที่ยวชุมชนวัดป่าใต้จะเป็นการจัดทัวร์ในลักษณะของฐานเรียนรู้ตามกลุ่มอาชีพของชุมชน โดยมีฐานเรียนรู้ 5 ฐาน ได้แก่ ฝาสาดลอยเคราะห์ ผ้าหม่นวม ข้าวปุ้น ของฝาก ดอกไม้ และยังมีพิพิธภัณฑ์ชุมชน โดยให้ชุมชนดูแลกันเอง ส่วนรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์แก่ผู้ที่มาใช้บริการ โดยเริ่มต้นจากตลาดดูงานที่มีหลายคณะและเป็นตลาดเดิมของวิสาหกิจชุมชนบ้านต้นหล้า (เชียงคาน) พร้อมทั้งยังได้รับการเพิ่มทุนจาก อพท. บนพื้นฐานทุนของชุมชน แล้วอาศัยวิธีการบอกต่อแบบปากต่อปากในการทำการตลาด แต่ยังไม่มีการใช้ social media เนื่องจาก ยังมุ่งที่ตลาดดูงานทั่วไป นอกจากนี้ ชุมชนยังอาศัยวัดเป็นที่จอดรถดังนั้นจึงมุ่งที่ตลาดผู้สูงอายุ (มีการให้เงินบำรุงวัด และขายดอกไม้ในการทำบุญที่วัด) โดยมีเป้าหมายที่ต้องการเชื่อมเครือข่ายภายในชุมชนเพื่อกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่กระจุกตัวให้กระจายไปยังชุมชนต่าง ๆ ที่อยู่ในพื้นที่

สำหรับการจัดการหรือการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบนั้น ตามมุมมองของแกนนำกลุ่มเห็นว่า ต้องมีการรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อสังคมมาก มีการนำวัฒนธรรมไปใช้อย่างไม่ถูกต้อง ประเด็นของสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเรื่องขยะ และความปลอดภัยถือเป็นสิ่งสำคัญสูงสุดในการจัดการท่องเที่ยว และชาวบ้านต้องได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวรวมถึงต้องมีความสุขเมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในชุมชน (เป็นการแบ่งปันผลประโยชน์มากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับชุมชนเพียงอย่างเดียว โดยคนในชุมชนควรมีความเอื้ออาทร แบ่งปันเกื้อกูล และดูแลกันภายในชุมชนเหมือนกับในอดีตที่ยังไม่มีการท่องเที่ยว)

ดังนั้นการจัดการหรือการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจึงต้องดำเนินการร่วมกันทั้งชุมชน (เคลื่อนทั้งองค์คาพยพ) มีการใช้ทุนของชุมชนร่วมกัน โดยทุนหลักจะเป็นทรัพยากรบุคคล (ทุนแรงงาน) ซึ่งปัจจุบันที่เชียงคานคนส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุและเป็นผู้หญิงที่ทำงาน ผู้ชายไม่ค่อยออกจากบ้าน ผู้หญิงเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก แต่มีข้อจำกัดทางด้านกายภาพ (สภาพร่างกาย) ทั้งนี้ในชุมชนไม่ค่อยมีคนหนุ่มสาว (คนวัยทำงาน) เนื่องจากกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่ออกไปทำงานนอกพื้นที่/ไปเรียน แม้กลับมาในชุมชนก็ไม่สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะชุมชนบริเวณชายขอบ (นอกถนนคนเดิน) ซึ่งไม่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในเชียงคาน ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในบริเวณถนนคนเดิน แต่ชุมชนอื่น ๆ ได้รับผลกระทบจากปัญหาขยะ และความหนาแน่นจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับเชียงคานถือได้ว่ามีการจัดการและดำเนินการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะในเรื่องของความปลอดภัย (รับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว และหากให้ประเมินในเรื่องความปลอดภัยของเชียงคาน แกนนำของชุมชนคิดว่า อยู่ในระดับสูง) และสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้เชียงคานยังมีทุนเดิมที่สังคมยังไม่มีเปลี่ยนแปลงมาก (ยังคงมีความเป็นชนบท) วัฒนธรรมยังไม่ถูกบิดเบือนไปมาก (สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้น่าจะมีค่าคะแนนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 80 ขึ้นไป) หรืออาจกล่าวได้ว่าเชียงคานประกอบด้วยปัจจัยที่หลากหลายที่สนับสนุน เกื้อหนุน และขับเคลื่อนการท่องเที่ยวทั้งที่เป็นเรื่องของคน วิถีชีวิต บรรยากาศที่เป็นมิตรและปลอดภัย นอกจากนี้ เชียงคานยังมีความโดดเด่นหลายเรื่องที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม ดังนั้นจุดเด่นที่สำคัญของเชียงคานน่าจะเป็นเรื่องของความหลากหลายที่สามารถตอบสนองความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่มและหลากหลายช่วงอายุตั้งแต่กลุ่มเด็กจนถึงกลุ่มผู้สูงอายุ

จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวในเชียงคาน ที่ผ่านมามีงบประมาณและโครงการต่าง ๆ ลงมาที่กลุ่มต่าง ๆ ภายในชุมชนท้องถิ่นแตกต่างกัน ซึ่งเป็นหนึ่งในสาเหตุที่ทำให้เครือข่ายของชุมชนท้องถิ่นมีความอ่อนแอ เนื่องจาก แต่ละกลุ่มต้องมุ่งทำงานของกลุ่มตัวเอง จึงไม่ได้มีการประสานเชื่อมต่อกับกลุ่มอื่น ๆ ในลักษณะของเครือข่าย (เกิดการเสื่อมสลายของทุนสังคมภายในชุมชนท้องถิ่น) ดังนั้น การจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาใหม่เรื่อย ๆ อาจทำให้ชุมชนเกิดความอ่อนแอ เนื่องจาก คนในชุมชนมีจำนวนเท่าเดิม จากที่เคยทำงานร่วมกันก็ต้องต่างคนต่างทำ และมุ่งทำงานให้กับกลุ่มของตนเองมากขึ้นจึงไม่มีเวลามาทำงานสาธารณะร่วมกัน และขาดจิตสาธารณะในการทำงานในลักษณะของการเชื่อมโยงเครือข่าย หรืออาจกล่าวได้ว่า เกิดความอ่อนแอของทุนชุมชน (social capital) ขณะเดียวกัน บางกลุ่มก็อ่อนแอ ขาดความชัดเจนในการทำงาน ซึ่งปัจจุบันจึงเกิดเป็นกลุ่มชุมชนวัดป่าใต้ขึ้นมา เพื่อเป็นตัวอย่างในการทำงานในลักษณะของการเชื่อมโยงประสานกันเป็นเครือข่ายร่วมกันทั้งชุมชน จากข้อสังเกตดังกล่าวจึงควรพึงระวังในเรื่องของทุนภายนอกและการพัฒนาโดยภาครัฐที่ซึ่งอาจเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ทุนชุมชนเสื่อมสลายเนื่องจากคนในชุมชนมีจำกัด ดังนั้นชุมชนต้องรู้จักตนเองก่อนไปเชื่อมโยงกับการพัฒนาของภาครัฐ ขณะเดียวกันภาครัฐควรสนับสนุนและต้องมาเสริมให้ชุมชนมีทุนสังคมที่เข้มแข็งมีการทำงานเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกันแทนการทำงานเป็นกลุ่มหรือแบ่งแยกการทำงานภายในชุมชน ■

บทที่ 6

มุมมองและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นและผู้เยี่ยมชม

บทนี้เป็นการนำเสนอผลการสำรวจมุมมองและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นและผู้เยี่ยมชม โดยในส่วนของคนท้องถิ่นได้ทำการสำรวจใน 2 พื้นที่ ได้แก่ ชุมชนเชียงคาน (ตัวแทนชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท) และชุมชนบ่อสวก (ชุมชนชนบท) ซึ่งมีความแตกต่างของชุมชนในด้านวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม ในขณะที่ผู้เยี่ยมชมทำการสำรวจใน 1 พื้นที่ ได้แก่ ชุมชนเชียงคาน ที่ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางที่มีจุดขายในเรื่องของถนนคนเดินในเส้นทางบ้านไม้เก่าเรียบริมแม่น้ำโขง โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ส่วนที่เป็นผลการสำรวจคนท้องถิ่น และส่วนที่เป็นผลการสำรวจผู้เยี่ยมชม โดยในแต่ละส่วนจะมีหัวข้อย่อยที่แตกต่างกันดังมีรายละเอียดในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

6.1 มุมมองและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น

ผลการสำรวจคนท้องถิ่น เป็นผลการสำรวจข้อมูลจากตัวอย่างใน 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา ได้แก่ ชุมชนเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 200 ตัวอย่าง และชุมชนบ่อสวก จังหวัดน่าน จำนวน 189 ตัวอย่าง รวมทั้งสองชุมชนมีจำนวนตัวอย่าง 389 ตัวอย่าง โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 7 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง 2) ความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน 3) มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ 4) การรับรู้เกี่ยวกับ

การจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจในชุมชน 5) การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม 6) การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ และ 7) ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต โดยมีรายละเอียดของเนื้อหาในแต่ละส่วน ดังนี้

6.1.1 ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง (กรณีคนท้องถิ่น)

ผลการสำรวจข้อมูลทั่วไปของตัวอย่างพบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 54.76) เป็นเพศหญิง และทั้งหมดมีอายุเฉลี่ย 43 ปี ด้านข้อมูลเกี่ยวกับระดับการศึกษาพบว่า ร้อยละ 31.10 ของตัวอย่างทั้งหมด มีการศึกษาสูงสุดไม่เกินระดับมัธยมศึกษาตอนต้น รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. และระดับปริญญาตรีขึ้นไป ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ คิดเป็นร้อยละ 29.31 และร้อยละ 28.79 ของตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ โดยพบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.18) เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนตั้งแต่กำเนิด สำหรับตัวอย่างที่ไม่ได้อาศัยอยู่ในชุมชนตั้งแต่กำเนิด พบว่า ตัวอย่างในชุมชนบ่อสวกมีระยะเวลาในการอาศัยอยู่ในชุมชนเฉลี่ย 13.5 ปี ในขณะที่ตัวอย่างในชุมชนเชียงคานมีระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชนเฉลี่ย 18 ปี (ตารางที่ 6.1)

ตารางที่ 6.1 ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง (กรณีคนท้องถิ่น)

ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง	ชุมชนบ่อสวก		ชุมชนเชียงคาน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ						
• หญิง	106	56.08	107	53.50	213	54.76
• ชาย	83	43.92	93	46.50	176	45.24
อายุเฉลี่ย (ปี)	42.58	(13.62)	43.86	(14.14)	43.24	(13.89)
• อายุต่ำสุด (ปี)	18		18		18	
• อายุสูงสุด (ปี)	64		65		65	
ระดับการศึกษาสูงสุด						
• ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนต้น	73	38.62	48	24.00	121	31.10
• มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	59	31.22	55	27.50	114	29.31
• อนุปริญญา/ปวส.	20	10.58	22	11.00	42	10.80
• ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	37	19.58	75	37.50	112	28.79
การอาศัยอยู่ในชุมชนตั้งแต่กำเนิด						
• ใช่	162	85.71	146	73.00	308	79.18
• ไม่ใช่	27	14.29	54	27.00	81	20.82
ระยะเวลาเฉลี่ยที่ย้ายมาอาศัยอยู่ในชุมชน (ปี)	13.50	(11.07)	18.02	(13.05)	15.16	(12.71)
รวม	189	100.00	200	100.00	389	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ขณะที่การสำรวจข้อมูลสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่างที่แสดงในตารางที่ 6.2 พบว่า ร้อยละ 31.11 ของตัวอย่างทั้งหมด ประกอบธุรกิจส่วนตัว รองลงมา คือ ผู้ที่ประกอบอาชีพรับจ้างรายวัน และข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ คือ คิดเป็นร้อยละ 20.05 และ 15.42 ของตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ เมื่อพิจารณาทางด้านรายได้ พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.78 ของตัวอย่างทั้งหมด) มีรายได้ไม่เกิน 15,000 บาท/เดือน รองลงมา คือ ผู้ที่มีรายได้มากกว่า 20,000 บาท/เดือน และผู้ที่มีรายได้อยู่ในช่วง 15,000-20,000 บาท/เดือน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 25.97 และร้อยละ 18.25 ของตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ

ตารางที่ 6.2 สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง (กรณีคนท้องถิ่น)

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของ ตัวอย่าง	ชุมชนป่อสวก		ชุมชนเชียงคาน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาชีพหลัก						
• ประกอบธุรกิจส่วนตัว	43	22.75	78	39.00	121	31.11
• รับจ้างรายวัน	44	23.28	34	17.00	78	20.05
• ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	34	17.99	26	13.00	60	15.42
• นักเรียน/นักศึกษา	18	9.52	23	11.50	41	10.54
• เกษตรกร	25	13.23	6	3.00	31	7.97
• พนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน	8	4.23	12	6.00	20	5.14
• เกษียณอายุ/ไม่ได้ประกอบอาชีพหลัก	1	0.53	19	9.50	20	5.14
• อื่นๆ เช่น แม่บ้าน วิสาหกิจชุมชน เป็นต้น	16	8.47	2	1.00	18	4.63
รายได้ก่อนหักภาษี						
• ไม่เกิน 15,000 บาท/เดือน	142	75.00	75	37.58	217	55.78
• 15,001-20,000 บาท/เดือน	19	10.12	52	26.06	71	18.25
• มากกว่า 20,000 บาท/เดือน	28	14.88	73	36.36	101	25.97
รวม	189	100.00	200	100.00	389	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

6.1.2 ความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน

ด้านความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนของตัวอย่าง พบว่า มีเพียงร้อยละ 26.99 ของตัวอย่างทั้งหมด ที่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน โดยในจำนวนนี้ ประมาณร้อยละ 77.14 เป็นผู้มีอาชีพหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น การประกอบธุรกิจส่วนตัวที่มีกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่าง 2 ชุมชนที่เป็นพื้นที่ศึกษา พบว่า สัดส่วนของตัวอย่างที่ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนเชิงคาน (ร้อยละ 39.00) จะมากกว่าในชุมชนบ่อสวก (ร้อยละ 14.29) ทั้งนี้ สำหรับตัวอย่างที่ไม่ได้ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 71.48) ให้เหตุผลว่า “ไม่มีเวลา” ในส่วนของการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 (ช่วงก่อน พ.ศ. 2563) พบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.80) ไม่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว เนื่องจาก “ไม่มีเวลา” เช่นกัน อย่างไรก็ตาม สำหรับตัวอย่างที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน พบว่า ตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก ส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมประมาณ 2 ครั้ง/ปี ในขณะที่ตัวอย่างในชุมชนเชิงคานส่วนใหญ่จะมีส่วนร่วมประมาณ 4 ครั้ง/ปี ในด้านการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน พบว่า ก่อนเกิดสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 (ช่วงก่อน พ.ศ. 2563) ร้อยละ 73.26 ของตัวอย่างทั้งหมด ได้เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน โดยตัวอย่างในชุมชนบ่อสวกมีการเข้าร่วมกิจกรรมเฉลี่ยปีละ 2 ครั้ง ในขณะที่ตัวอย่างในชุมชนเชิงคานมีการเข้าร่วมกิจกรรมเฉลี่ยปีละ 3 ครั้ง (ตารางที่ 6.3)

ตารางที่ 6.3 ความเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน

ความเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน	ชุมชนบ่อสวก		ชุมชนเชิงคาน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน						
• ใช้	27	14.29	78	39.00	105	26.99
เป็นอาชีพหลัก	23	85.19	58	74.36	81	77.14
เป็นอาชีพเสริม	4	14.81	20	25.64	24	22.86
• ไม่ใช้ เนื่องจาก	162	85.71	122	61.00	284	73.01
ไม่มีเวลา	130	80.24	73	59.84	203	71.48
ไม่สนใจ	16	9.88	14	11.47	30	10.56
ขาดทักษะความรู้	5	3.09	-	-	5	1.76
ขาดเงินทุน	3	1.85	-	-	3	1.06
อื่นๆ เช่น กำลังศึกษา มีอาชีพหลัก เป็นต้น	8	4.94	35	28.69	43	15.14

ตารางที่ 6.3 (ต่อ)

ความเกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน	ชุมชนบ่อสวก		ชุมชนเชียงคาน		รวม	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน (ช่วงก่อน พ.ศ. 2563)						
• ไม่มีส่วนร่วม	167	88.36	159	79.50	326	83.80
• มีส่วนร่วม	22	11.64	41	20.50	63	16.20
จำนวนเฉลี่ยของการมีส่วนร่วม (ครั้ง)	2 (1.01)		4 (3.77)		3 (3.19)	
การเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน (ช่วงก่อน พ.ศ. 2563)						
• ไม่ได้เข้าร่วม	57	30.16	47	23.50	104	26.74
• เข้าร่วม	132	69.84	153	76.50	285	73.26
จำนวนเฉลี่ยของการเข้าร่วมกิจกรรม (ครั้ง)	2 (1.44)		3 (2.60)		2 (2.09)	
รวม	189	100.00	200	100.00	389	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564
หมายเหตุ: ค่าในวงเล็บคือส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

6.1.3 มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

ผลการสำรวจทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อตัวอย่างในพื้นที่ชุมชนบ่อสวก จังหวัดน่าน ที่แสดงในตารางที่ 6.4 พบว่า โดยรวมแล้ว คนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างเห็นด้วยอย่างมากเกี่ยวกับประโยชน์ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ทั้งในด้านการก่อให้เกิดการยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และการมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชมโดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติเท่ากับ 8.46 คะแนน (จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) นอกจากนี้ยังพบว่า ตัวอย่างกว่าร้อยละ 90 เห็นด้วยในระดับมากกว่า การจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นหนึ่งในรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และช่วยฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเคารพวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของชุมชน รวมถึงการทำให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจในวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ดนตรี อาหาร งานฝีมือ ฯลฯ ของชุมชน

ตารางที่ 6.4 มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก

มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ เห็นด้วยมาก	ระดับ ความคิดเห็น
1. ชุมชนและผู้เยี่ยมชมต่างได้รับประโยชน์จาก การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	8.35	1.61	87.83	เห็นด้วยมาก
2. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสามารถบรรเทาผลกระทบ เชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว	8.15	1.72	82.54	เห็นด้วยมาก
3. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการยอมรับ ประสบการณ์ทางสังคม	8.17	1.69	85.19	เห็นด้วยมาก
4. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้ประสบการณ์ที่ เพลิดเพลินผ่านการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม-สังคม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	8.41	1.55	87.30	เห็นด้วยมาก
5. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการเคารพกัน ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น	8.31	1.67	86.77	เห็นด้วยมาก
6. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีบทบาทสำคัญในการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	8.69	1.55	91.01	เห็นด้วยมาก ที่สุด
7. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบช่วยฟื้นฟูความ เสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว	8.79	1.40	90.48	เห็นด้วยมาก ที่สุด
8. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยว เคารพวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของจุดหมาย ปลายทาง	8.59	1.44	90.48	เห็นด้วยมาก ที่สุด
9. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ วัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ดนตรี อาหาร งานฝีมือ ฯลฯ ของจุดหมายปลายทาง	8.78	1.32	93.12	เห็นด้วยมาก ที่สุด
10. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยว ยอมรับความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ เชื้อชาติ ฯลฯ	8.34	1.58	87.83	เห็นด้วยมาก
11. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยว ซื้อของที่ระลึกหรือของฝากที่ผลิตในท้องถิ่น	8.50	1.63	87.30	เห็นด้วยมาก ที่สุด
12. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวให้ ความสำคัญกับการใช้จ่ายภายในจุดหมายปลายทาง	8.44	1.58	86.77	เห็นด้วยมาก
รวม	8.46	1.56	87.83	เห็นด้วยมาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

สำหรับมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในพื้นที่ชุมชนเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า คนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก เช่นเดียวกัน (มีค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติเท่ากับ 7.48 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) โดยตัวอย่างกว่าร้อยละ 80 เห็นด้วยในระดับมากต่อการที่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และช่วยฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของ

แหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ตัวอย่างกว่าร้อยละ 75 ก็เห็นด้วยในระดับมากในประเด็นที่ว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสามารถบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว ทำให้ทั้งชุมชนและผู้เยี่ยมชมต่างได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว รวมถึงทำให้เกิดความเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น (ตารางที่ 6.5)

ตารางที่ 6.5 มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน

มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่เห็นด้วยมาก	ระดับความคิดเห็น
1. ชุมชนและผู้เยี่ยมชมต่างได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	7.53	1.54	78.00	เห็นด้วยมาก
2. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสามารถบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว	7.54	1.41	78.50	เห็นด้วยมาก
3. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการยอมรับประสบการณ์ทางสังคม	7.29	1.69	67.50	เห็นด้วยมาก
4. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้ประสบการณ์ที่เพลิดเพลินผ่านการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม-สังคม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	7.39	1.69	71.00	เห็นด้วยมาก
5. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น	7.58	1.62	75.50	เห็นด้วยมาก
6. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	7.97	1.44	87.50	เห็นด้วยมาก
7. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบช่วยฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว	8.00	1.42	86.50	เห็นด้วยมาก
8. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวเคารพวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของจุดหมายปลายทาง	7.59	1.70	74.00	เห็นด้วยมาก
9. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวสนใจวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ดนตรี อาหาร งานฝีมือ ฯลฯ ของจุดหมายปลายทาง	7.31	1.78	72.00	เห็นด้วยมาก
10. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ เชื้อชาติ ฯลฯ	7.02	1.70	62.50	เห็นด้วยมาก
11. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกหรือของฝากที่ผลิตในท้องถิ่น	7.31	1.76	71.50	เห็นด้วยมาก
12. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายภายในจุดหมายปลายทาง	7.26	1.74	70.00	เห็นด้วยมาก
รวม	7.48	1.62	74.54	เห็นด้วยมาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

6.1.4 การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชน

ผลการสำรวจการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในพื้นที่ชุมชนบ่อสวก จังหวัดน่าน พบว่า โดยรวมแล้ว ตัวอย่างมีการรับรู้ในระดับมากเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชน (มีค่าเฉลี่ยของคะแนนการรับรู้เท่ากับ 7.03 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) โดยเฉพาะในเรื่องการดูแลความสะอาดและสภาพแวดล้อมในชุมชน การกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน และการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่า มีตัวอย่างกว่าร้อยละ 65 ที่มีการรับรู้ในระดับมากกว่าชุมชนมีการจัดการในเรื่องดังกล่าว อย่างไรก็ตาม พบว่า ตัวอย่างโดยเฉลี่ยมีการรับรู้เพียงในระดับปานกลางต่อการที่การจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนบ่อสวกจะช่วยลดกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว และทำให้เกิดการแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยของคะแนนการรับรู้เท่ากับ 6.46 และ 6.43 คะแนน ตามลำดับ) (ตารางที่ 6.6)

ตารางที่ 6.6 การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก

การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ รับรู้มาก	ระดับ การรับรู้
1. มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน	7.36	2.33	64.55	รับรู้มาก
2. มีการจัดการที่ลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว	6.46	2.60	55.56	รับรู้ปานกลาง
3. มีการแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจาก การท่องเที่ยว	6.43	2.75	52.91	รับรู้ปานกลาง
4. มีการดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ	7.08	2.49	63.49	รับรู้มาก
5. มีการดูแลในเรื่องความสะอาดและสภาพแวดล้อมของ ชุมชน	7.48	2.38	68.78	รับรู้มาก
6. เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว	7.20	2.74	62.96	รับรู้มาก
7. เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์จาก การท่องเที่ยว	7.20	2.75	64.55	รับรู้มาก
รวม	7.03	2.58	61.83	รับรู้มาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

สำหรับชุมชนเชียงคาน พบว่า โดยรวมแล้ว ตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของชุมชนในระดับมาก (มีคะแนนเฉลี่ยของคะแนนการรับรู้เท่ากับ 7.26 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) โดยเฉพาะในเรื่องการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน

ที่มีตัวอย่างถึงร้อยละ 89 ที่รับรู้ในระดับมากกว่า ชุมชนมีการจัดการในเรื่องดังกล่าว ในขณะที่การจัดการการท่องเที่ยวที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบ และการทำให้เกิดการแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวของชุมชน เป็นสองประเด็นที่มีตัวอย่างไม่ถึงร้อยละ 65 ที่มีการรับรู้ในระดับมากกว่า ชุมชนเชียงคานมีการจัดการในเรื่องดังกล่าว (ตารางที่ 6.7)

ตารางที่ 6.7 การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน

การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ รับรู้มาก	ระดับ การรับรู้
1. มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน	8.40	1.50	89.00	รับรู้มาก
2. มีการจัดการที่ลดผลกระทบเชิงลบจาก การท่องเที่ยว	6.91	2.17	63.50	รับรู้มาก
3. มีการแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจาก การท่องเที่ยว	6.58	2.56	60.50	รับรู้มาก
4. มีการดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ	7.37	2.35	70.00	รับรู้มาก
5. มีการดูแลในเรื่องความสะอาดและสภาพแวดล้อม ของชุมชน	7.52	2.31	72.50	รับรู้มาก
6. เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว	7.01	2.53	69.50	รับรู้มาก
7. เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์จาก การท่องเที่ยว	7.04	2.51	69.50	รับรู้มาก
รวม	7.26	2.28	70.64	รับรู้มาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

ด้านผลการสำรวจทัศนคติต่อผลของการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตัวอย่างในพื้นที่ชุมชนบ่อสวก จังหวัดน่าน (ตารางที่ 6.8) พบว่า โดยรวมแล้ว คนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่า การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนส่งผลให้เกิดประโยชน์ตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติเท่ากับ 8.71 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) โดยตัวอย่างกว่าร้อยละ 95 เห็นด้วยในระดับมากกว่า การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนทำให้เกิดการจัดการขยะ ทำให้ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่น่ายุ้ยและสะอาด รวมถึงทำให้เกิดการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม มีตัวอย่างเพียงร้อยละ 73.02 ของตัวอย่างทั้งหมดที่เห็นด้วยในระดับมากกว่า การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนบ่อสวก ช่วยพัฒนาทักษะด้านต่างๆ เช่น การสื่อสารกับชาวต่างประเทศให้กับคนในชุมชน

ตารางที่ 6.8 เกณฑ์ต่อผลของการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก

เกณฑ์ต่อผลของการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่เห็นด้วยมาก	ระดับความคิดเห็น
1. เพิ่มโอกาสให้คนท้องถิ่นมีงานทำ	8.70	1.61	93.12	เห็นด้วยมากที่สุด
2. เพิ่มโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน	8.67	1.62	92.06	เห็นด้วยมากที่สุด
3. พัฒนาทักษะด้านต่างๆ ให้กับคนท้องถิ่น เช่น การให้บริการ การสื่อสารกับชาวต่างชาติ ฯลฯ	7.64	2.08	73.02	เห็นด้วยมาก
4. สนับสนุนธุรกิจและ/วิสาหกิจภายในท้องถิ่น	8.35	1.86	86.77	เห็นด้วยมาก
5. ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน	8.63	1.69	89.42	เห็นด้วยมากที่สุด
6. เพิ่มโอกาสการจ้างงานในสาขาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	8.44	1.90	87.83	เห็นด้วยมาก
7. สนับสนุนผู้ประกอบการในสาขาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	8.40	1.76	88.36	เห็นด้วยมาก
8. พัฒนากลไกในการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน	8.68	1.56	91.53	เห็นด้วยมากที่สุด
9. ทำให้คนท้องถิ่นรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน	8.69	1.40	92.59	เห็นด้วยมากที่สุด
10. ทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	9.05	1.32	93.65	เห็นด้วยมากที่สุด
11. ทำให้เกิดการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น	9.12	1.26	94.71	เห็นด้วยมากที่สุด
12. ทำให้เกิดการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน	9.10	1.24	94.18	เห็นด้วยมากที่สุด
13. ทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	9.10	1.35	92.59	เห็นด้วยมากที่สุด
14. ทำให้ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่และสะอาด	9.06	1.18	95.77	เห็นด้วยมากที่สุด
15. ทำให้เกิดการจัดการขยะภายในชุมชน	8.99	1.24	95.77	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	8.71	1.54	90.76	เห็นด้วยมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

ในส่วน of ชุมชนเชียงคาน พบว่า โดยรวมแล้ว ตัวอย่างเห็นด้วยในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับผลของการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนที่เป็นไปตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ คือ มีค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติเท่ากับ 8.50 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน โดยเฉพาะในด้านการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น วิถีชีวิตของชุมชน และทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีตัวอย่างกว่าร้อยละ 97 เห็นด้วยในระดับมากกว่า การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนเชียงคานก่อให้เกิดผลดังกล่าว ในขณะที่กว่าร้อยละ 95 ของตัวอย่างทั้งหมด ก็เห็นด้วยในระดับมากเช่นกันว่า การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และเพิ่มโอกาสให้คนท้องถิ่นมีงานทำ อย่างไรก็ตาม มีเพียงร้อยละ 64.50 ของตัวอย่างทั้งหมด ที่เห็นด้วยอย่างมากว่า การจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนเชียงคานช่วยพัฒนาทักษะด้านต่างๆ เช่น การสื่อสารกับชาวต่างชาติให้กับคนในชุมชน (ตารางที่ 6.9)

ตารางที่ 6.9 เกณฑ์ต่อผลของการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน

เกณฑ์ต่อผลของการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่เห็นด้วยมาก	ระดับความคิดเห็น
1. เพิ่มโอกาสให้คนท้องถิ่นมีงานทำ	8.39	1.34	95.00	เห็นด้วยมาก
2. เพิ่มโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน	8.41	1.22	93.50	เห็นด้วยมาก
3. พัฒนากิจกรรมด้านต่างๆ ให้กับคนท้องถิ่น เช่น การสื่อสารกับชาวต่างชาติ ฯลฯ	7.06	2.03	64.50	เห็นด้วยมาก
4. สนับสนุนธุรกิจและ/หรือสาหกิจภายในท้องถิ่น	8.10	1.51	82.00	เห็นด้วยมาก
5. ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน	7.92	1.86	77.50	เห็นด้วยมาก
6. เพิ่มโอกาสการจ้างงานในสาขาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	8.29	1.53	85.50	เห็นด้วยมาก
7. สนับสนุนผู้ประกอบการในสาขาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	8.29	1.52	87.50	เห็นด้วยมาก
8. พัฒนากิจกรรมในการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน	7.96	2.01	79.50	เห็นด้วยมาก
9. ทำให้คนท้องถิ่นรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน	8.89	1.39	94.50	เห็นด้วยมากที่สุด
10. ทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	9.00	1.15	96.50	เห็นด้วยมากที่สุด
11. ทำให้เกิดการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น	9.00	1.07	97.50	เห็นด้วยมากที่สุด
12. ทำให้เกิดการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน	8.99	1.10	97.00	เห็นด้วยมากที่สุด
13. ทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	8.90	1.13	97.00	เห็นด้วยมากที่สุด
14. ทำให้ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่และสะอาด	9.09	1.19	94.50	เห็นด้วยมากที่สุด
15. ทำให้เกิดการจัดการขยะภายในชุมชน	9.18	1.38	94.00	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	8.50	1.43	89.07	เห็นด้วยมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

6.1.5 การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม

ด้านการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างในพื้นที่ชุมชนบ่อสวก จังหวัดน่าน ซึ่งผลการสำรวจที่แสดงในตารางที่ 6.10 แสดงให้เห็นว่าโดยรวมแล้ว คนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติเท่ากับ 8.42 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) โดยสิ่งที่ตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การให้ความสนใจกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม และความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม

ตารางที่ 6.10 การมีส่วนร่วมในสังคมของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก

การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ให้ความสำคัญมาก	ระดับความสำคัญ
1. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม	8.51	1.41	89.95	สำคัญมากที่สุด
2. ความตระหนักต่อเรื่องที่สังคมกำลังกังวลในปัจจุบัน	8.47	1.41	89.95	สำคัญมาก
3. ความห่วงใยที่มีต่อผู้อื่นในสังคม	8.44	1.31	91.01	สำคัญมาก
4. การแบ่งปันประสบการณ์ใหม่ให้กับสังคม	7.93	1.68	80.95	สำคัญมาก
5. การใช้เวลาว่างในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคม	8.08	1.55	84.13	สำคัญมาก
6. ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม	9.07	1.29	93.12	สำคัญมากที่สุด
รวม	8.42	1.44	88.18	สำคัญมาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

สำหรับชุมชนเชียงคาน พบว่า โดยรวมแล้วคนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมในระดับมากเช่นกัน (ค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติเท่ากับ 8.41 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) แต่สิ่งที่ตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด กลับเป็นเรื่องของการให้ความสนใจกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม และความตระหนักต่อเรื่องที่สังคมกำลังกังวลอยู่ในปัจจุบัน (ตารางที่ 6.11)

ตารางที่ 6.11 การมีส่วนร่วมในสังคมของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน

การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ให้ความสำคัญมาก	ระดับความสำคัญ
1. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม	8.40	1.21	94.50	สำคัญมาก
2. ความตระหนักต่อเรื่องที่สังคมกำลังกังวลในปัจจุบัน	8.62	1.23	93.50	สำคัญมากที่สุด
3. ความห่วงใยที่มีต่อผู้อื่นในสังคม	8.39	1.31	90.50	สำคัญมาก
4. การแบ่งปันประสบการณ์ใหม่ให้กับสังคม	8.13	1.45	88.00	สำคัญมาก
5. การใช้เวลาว่างในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคม	7.98	1.33	87.50	สำคัญมาก
6. ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม	8.95	1.12	98.50	สำคัญมากที่สุด
รวม	8.41	1.27	92.08	สำคัญมาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

6.1.6 การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

ผลการสำรวจทัศนคติต่อการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในพื้นที่ชุมชนบ่อสวก จังหวัดน่าน พบว่า โดยรวมแล้ว คนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่า ยินดีสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชนในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติเท่ากับ 8.60 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน ทั้งนี้ สิ่งที่ตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่า ยินดีให้การสนับสนุนในระดับมากที่สุด คือ การปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชนเพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เช่น การดูแลความสะอาดและสภาพแวดล้อมบริเวณที่อยู่อาศัย การสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในการท่องเที่ยว รวมถึงการให้ความช่วยเหลือและแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีโอกาส (ตารางที่ 6.12)

ตารางที่ 6.12 การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก

การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้เห็นด้วยมาก	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านยินดีปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชนเพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เช่น การดูแลความสะอาดและสภาพแวดล้อมบริเวณที่อยู่อาศัย ฯลฯ	9.41	0.97	98.41	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ท่านยินดีให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น แต่งกายพื้นเมือง ร่วมงานประเพณีท้องถิ่น ฯลฯ	8.35	2.12	82.01	เห็นด้วยมาก
3. หากมีการประชุมหารือเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ท่านยินดีเข้าร่วมและ/หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	7.05	2.70	58.73	เห็นด้วยมาก
4. ท่านยินดีร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นภายในท้องถิ่นทุกครั้งที่มีโอกาส	8.25	2.17	77.25	เห็นด้วยมาก
5. ท่านมักให้ความช่วยเหลือและแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีโอกาส	9.23	1.09	96.83	เห็นด้วยมากที่สุด
6. ท่านยินดีสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในการท่องเที่ยว	9.30	1.10	96.83	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	8.60	1.69	85.01	เห็นด้วยมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

ในขณะที่ผลการสำรวจในเรื่องดังกล่าวของตัวอย่างในพื้นที่ชุมชนเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า คนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างแสดงความคิดเห็นว่า ยินดีสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชนในระดับมากที่สุด ทั้งในเรื่องของการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในการท่องเที่ยว การให้ความช่วยเหลือและแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีโอกาส การปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชนเพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว การให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นภายในชุมชนทุกครั้งที่มีโอกาส มีเพียงการเข้าร่วมประชุมเพื่อหารือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเท่านั้น ที่ร้อยละ 52 ของตัวอย่างทั้งหมด แสดงความคิดเห็นว่า ยินดีเข้าร่วมการประชุมและ/แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนในระดับมาก (ตารางที่ 6.13)

ตารางที่ 6.13 การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของตัวอย่างในชุมชนเชียงคาน

การสนับสนุนการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ เห็นด้วยมาก	ระดับ ความคิดเห็น
1. ท่านยินดีปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชนเพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เช่น การดูแลความสะอาดและสภาพแวดล้อมบริเวณที่อยู่อาศัย ฯลฯ	8.97	1.12	98.00	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ท่านยินดีให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น แต่งกายพื้นเมือง ร่วมงานประเพณีท้องถิ่น ฯลฯ	8.73	1.34	94.50	เห็นด้วยมากที่สุด
3. หากมีการประชุมหารือเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ท่านยินดีเข้าร่วมและ/แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	6.51	2.85	52.00	เห็นด้วยมาก
4. ท่านยินดีร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นภายในท้องถิ่นทุกครั้งที่มีโอกาส	8.72	1.45	91.50	เห็นด้วยมากที่สุด
5. ท่านมักให้ความช่วยเหลือและแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีโอกาส	9.09	1.16	96.50	เห็นด้วยมากที่สุด
6. ท่านยินดีสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในการท่องเที่ยว	9.04	1.21	96.00	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	8.51	1.52	96.00	เห็นด้วยมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

6.1.7 ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต

สำหรับผลการสำรวจความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นในช่วง พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นช่วงเวลาก่อนที่จะเกิดการระบาดของโควิด-19 พบว่า โดยรวมแล้ว คนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างในพื้นที่ชุมชนบ่อสวก จังหวัดน่าน มีความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของตนเองในช่วงเวลาดังกล่าวในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจเท่ากับ 7.21 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) ทั้งที่เป็นความพึงพอใจต่อชีวิต ความเป็นอยู่ หรือการใช้วิถีชีวิตของตนเอง อย่างไรก็ตาม เมื่อให้เปรียบเทียบชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองกับคนอื่น ๆ ในชุมชนแล้ว พบว่า มีตัวอย่างเพียงร้อยละ 20.63 ของตัวอย่างทั้งหมด ที่มีความพึงพอใจในระดับมาก (ตารางที่ 6.14)

ตารางที่ 6.14 ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของตัวอย่างในชุมชนบ่อสวก

ความพึงพอใจในช่วง พ.ศ. 2562 (ก่อนการระบาดของโควิด-19)	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วน ผู้ที่พึงพอใจ ในระดับมาก	ระดับความ พึงพอใจ
1. ความพึงพอใจในชีวิต	8.00	1.65	79.89	พึงพอใจมาก
2. ความพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่	7.97	1.66	79.37	พึงพอใจมาก
3. ความพึงพอใจกับการใช้ชีวิตหรือวิถีชีวิตของตนเอง	7.95	1.65	82.54	พึงพอใจมาก
4. ชีวิตความเป็นอยู่ของท่านดีกว่าคนอื่น ๆ ในชุมชน	4.90	2.27	20.63	พึงพอใจปานกลาง
รวม	7.21	1.81	65.61	พึงพอใจมาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

ส่วนผลการสำรวจในเรื่องดังกล่าวของตัวอย่างในพื้นที่ชุมชนเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า โดยรวมแล้วคนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของตนเองในช่วง พ.ศ. 2562 ในระดับมากเช่นเดียวกัน แต่เมื่อเปรียบเทียบชีวิตความเป็นอยู่ของตนเองกับคนอื่น ๆ ในชุมชนแล้ว พบว่า มีตัวอย่างเพียงร้อยละ 28.50 ของตัวอย่างทั้งหมด ที่มีความพึงพอใจในระดับมาก (ตารางที่ 6.15)

ตารางที่ 6.15 ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของตัวอย่างในชุมชนเชิงคาบ

ความพึงพอใจในช่วง พ.ศ. 2562 (ก่อนการระบาดของโควิด-19)	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วน ผู้ที่พึงพอใจ ในระดับมาก	ระดับความ พึงพอใจ
1. ความพึงพอใจในชีวิต	8.22	1.45	91.00	พึงพอใจมาก
2. ความพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่	8.23	1.38	91.00	พึงพอใจมาก
3. ความพึงพอใจกับการใช้ชีวิตหรือวิถีชีวิตของตนเอง	8.34	1.40	92.50	พึงพอใจมาก
4. ชีวิตความเป็นอยู่ของท่านดีกว่าคนอื่น ๆ ในชุมชน	4.88	2.65	28.50	พึงพอใจปานกลาง
รวม	7.41	1.72	75.75	พึงพอใจมาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

ทั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นในทั้งสองพื้นที่ศึกษา พบว่า แม้ว่าค่าคะแนนของความพึงพอใจในช่วง พ.ศ. 2562 ของทั้งสองพื้นที่จะมีความแปรปรวนที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (พิจารณาจากค่าสถิติ F คอลัมน์ F-statistic) แต่มีเพียงความพึงพอใจกับการใช้ชีวิตหรือวิถีชีวิตของตนเองเท่านั้นที่คนท้องถิ่นทั้งสองพื้นที่มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยคนท้องถิ่นของชุมชนเชิงคาบมีความพึงพอใจกับการใช้ชีวิตหรือวิถีชีวิตของตนเองสูงกว่าคนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยอยู่ในชุมชนบ่อสวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 6.16 ความแตกต่างของความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นใน 2 ชุมชน

ความพึงพอใจในช่วง พ.ศ. 2562 (ก่อนการระบาดของโควิด-19)	ค่าคะแนนเฉลี่ย (1-10)		F-statistic ^{1/}	t-statistic
	ชุมชน บ่อสวก	ชุมชน เชิงคาบ		
1. ความพึงพอใจในชีวิต	8.00	8.22	1.30*	-1.36
2. ความพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่	7.97	8.23	1.43**	-1.62
3. ความพึงพอใจกับการใช้ชีวิตหรือวิถีชีวิตของตนเอง	7.95	8.34	1.39**	-2.45**
4. ชีวิตความเป็นอยู่ของท่านดีกว่าคนอื่น ๆ ในชุมชน	4.90	4.88	0.74**	0.08

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ^{1/} Levenes' test for equality of variances

* แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 และ ** แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

6.2 มุมมองและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม

การสำรวจมุมมองและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมเป็นการสำรวจข้อมูลจากตัวอย่างผู้เยี่ยมชมในพื้นที่ชุมชนเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 298 ตัวอย่าง โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง 2) พฤติกรรมและประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชุมชนเชียงคาน 3) ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน 4) การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม 5) มุมมองต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และ 6) การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของชุมชนเชียงคาน โดยมีรายละเอียดของเนื้อหาในแต่ละส่วน ดังนี้

6.2.1 ข้อมูลทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง (กรณีผู้เยี่ยมชม)

ผลการสำรวจข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างในพื้นที่ชุมชนเชียงคาน จังหวัดเลย ที่แสดงในตารางที่ 6.17 พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.37) เป็นเพศหญิง และมีอายุเฉลี่ย 39 ปี สำหรับที่พำนักอาศัยของตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่างที่มาเยือนชุมชนเชียงคานส่วนใหญ่เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเลย คือ คิดเป็นร้อยละ 29.87 ของตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาคือ ผู้ที่พำนักอาศัยในกรุงเทพมหานคร (ร้อยละ 11.07) ในขณะที่ผู้เยี่ยมชมที่เดินทางมาจากจังหวัดอุดรธานีและขอนแก่น มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 9.06 และร้อยละ 8.05 ของตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ โดยพบว่า กว่าร้อยละ 60 ของตัวอย่างทั้งหมดจะพำนักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล ด้านข้อมูลเกี่ยวกับระดับการศึกษา พบว่า ร้อยละ 61.41 ของตัวอย่างทั้งหมดมีการศึกษาสูงสุดตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป รองลงมา คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือ ปวช. (ร้อยละ 21.81)

ตารางที่ 6.17 ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง (กรณีผู้เยี่ยมชม)

ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
เพศ	298	100.00
• หญิง	165	55.37
• ชาย	133	44.63
อายุเฉลี่ย (ปี) (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)	39 (15.47)	
• อายุสูงสุด-ต่ำสุด (ปี)	18-74	

ตารางที่ 6.17 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของตัวอย่าง	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
จังหวัดที่เป็นที่พำนักอาศัย 5 ลำดับแรก	189	63.42
• เลย	89	29.87
• กรุงเทพมหานคร	33	11.07
• อุตรธานี	27	9.06
• ขอนแก่น	24	8.05
• เพชรบูรณ์	16	5.37
พำนักอาศัยอยู่ในเขตเทศบาล	298	100.00
• ใช่	190	63.76
• ไม่ใช่	108	36.24
ระดับการศึกษาสูงสุด	298	100.00
• ไม่เกินระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	26	8.73
• มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	65	21.81
• อุดมศึกษา/ปวส.	24	8.05
• ตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป	183	61.41

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

ขณะที่การสำรวจสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง พบว่า คนท้องถิ่นที่เป็นตัวอย่างที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัทเอกชน มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ คิดเป็นร้อยละ 23.15 22.15 และ 20.13 ของตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ ทั้งนี้ ตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72.82) เป็นผู้มียาได้เป็นของตนเอง โดยกว่าร้อยละ 50 ของตัวอย่างทั้งหมด มีระดับรายได้ส่วนบุคคล (ก่อนหักภาษี) อยู่ในช่วง 15,001 ถึง 30,000 บาท/เดือน ในขณะที่ระดับรายได้ครัวเรือน (ก่อนหักภาษี) ของตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 47.65) อยู่ในระดับที่มากกว่า 60,000 บาท/เดือน (ตารางที่ 6.18)

ตารางที่ 6.18 สถานภาพทางเศรษฐกิจของตัวอย่าง (กรณีผู้เยี่ยมชม)

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
อาชีพหลัก	298	100.00
• ไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆ	13	4.36
• ประกอบธุรกิจส่วนตัว	69	23.15
• นักเรียน/นักศึกษา	66	22.15
• พนักงานบริษัทเอกชน/พนักงานโรงงาน	60	20.13
• ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	39	13.09

ตารางที่ 6.18 (ต่อ)

สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของตัวอย่าง	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
• รับจ้างรายวัน/กรรมกร	17	5.71
• เกษียณอายุ	16	5.37
• แม่บ้าน	12	4.03
• อื่นๆ เช่น เกษตรกร เป็นต้น	6	2.01
รายได้ของตนเองก่อนหักภาษี	298	100.00
• ไม่มีรายได้ของตนเอง	81	27.18
• มีรายได้ของตนเอง	217	72.82
ไม่เกิน 15,000 บาท/เดือน	25	11.52
15,001-30,000 บาท/เดือน	109	50.23
มากกว่า 30,000 บาท/เดือน	83	38.25
รายได้ของครัวเรือนก่อนหักภาษี	298	100.00
• ไม่เกิน 30,000 บาท/เดือน	27	9.06
• 30,001-60,000 บาท/เดือน	129	43.29
• มากกว่า 60,000 บาท/เดือน	142	47.65

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

6.2.2 พฤติกรรมและประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงคาน

ผลการสำรวจประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงคานของผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่าง ดังแสดงในตารางที่ 6.19 พบว่า ร้อยละ 71.81 ของตัวอย่างทั้งหมด ไม่เคยมาท่องเที่ยวชุมชนเชิงคาน (การท่องเที่ยวครั้งนี้เป็นครั้งแรก) อย่างไรก็ตาม สำหรับผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงคาน พบว่า การท่องเที่ยวครั้งนี้ของตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นการเยี่ยมชมเชิงคานเป็นครั้งที่สอง โดยร้อยละ 63.09 ของตัวอย่างทั้งหมด มีการพักค้างแรมและใช้เวลาพำนักในชุมชนเชิงคานเป็นระยะเวลา 2 วัน 1 คืน ส่วนตัวอย่างที่มาเยือนแบบไปเช้า-เย็นกลับ จะใช้เวลาท่องเที่ยวในเชิงคานประมาณ 3 ชั่วโมง นอกจากนี้ ยังพบว่าตัวอย่างที่มาเยือนชุมชนเชิงคานกับครอบครัวและมักกับกลุ่มเพื่อน มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ คิดเป็นร้อยละ 48.99 และร้อยละ 47.32 ของตัวอย่างทั้งหมด ตามลำดับ มีเพียงร้อยละ 3.69 ของตัวอย่างทั้งหมด ที่เดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียว สำหรับการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนเชิงคาน พบว่า ร้อยละ 77.18 ของตัวอย่างทั้งหมด ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงคานจาก social media/application เช่น Facebook, Pantip, Youtube รองลงมา (ร้อยละ 62.42) ทราบข้อมูลจากเพื่อน/ญาติ/คนใกล้ชิด

ตารางที่ 6.19 พฤติกรรมและประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงคาน

พฤติกรรมและประสบการณ์ในการท่องเที่ยวชุมชนเชิงคาน	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงคานช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	298	100.00
• ไม่เคยมาท่องเที่ยว	214	71.81
• เคยมาท่องเที่ยว (ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวครั้งที่สอง)	84	28.19
ระยะเวลาที่ใช้ในการมาเยือนเชิงคานครั้งนี้	298	100.00
• มีการพักค้างแรม (ส่วนใหญ่พักเป็นระยะเวลา 2 วัน 1 คืน)	188	63.09
• ไม่มีการพักค้างแรม (ส่วนใหญ่ท่องเที่ยวในเชิงคานเป็นระยะเวลา 3 ชั่วโมง)	110	36.91
ลักษณะการมาเยือนเชิงคานครั้งนี้	298	100.00
• มากับครอบครัว (ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทาง 4 คน)	146	48.99
• มากับกลุ่มเพื่อน (ส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทาง 4 คน)	141	47.32
• เดินทางคนเดียว	11	3.69
ช่องทางการรับรู้ข้อมูลของเชิงคาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
• เพื่อน/ญาติ/คนใกล้ชิด	186	62.42
• โทรทัศน์/วิทยุ	12	4.03
• หนังสือ/นิตยสารท่องเที่ยว	7	2.35
• โปสเตอร์/แผ่นพับ	1	0.34
• Social media/application	230	77.18
Facebook	215	93.07
Pantip	31	13.42
TripAdvisor	2	0.87
อื่นๆ เช่น Twitter, Youtube	25	10.82

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

สำหรับผลการสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเยือนชุมชนเชิงคานในครั้งนี้ของตัวอย่าง พบว่า กว่าร้อยละ 90 ของตัวอย่างทั้งหมด เห็นว่าความต้องการผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน รวมถึงสิ่งดึงดูดใจของเชิงคาน ไม่ว่าจะเป็นอากาศที่เย็นสบาย ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยในพื้นที่ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ต้นทุนการเดินทางที่ไม่สูงมาก (สามารถจ่ายได้จากงบประมาณที่มี) และความง่ายในการจัดการท่องเที่ยวตามต้องการ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเยือนเชิงคานในระดับมาก (ตารางที่ 6.20)

ในส่วนของการเยี่ยมชมและ/ทำกิจกรรมในการมาเยือนชุมชนเชิงคานครั้งนี้ของตัวอย่างที่แสดงในตารางที่ 6.21 พบว่า ตัวอย่างทั้งหมดมีการใช้บริการร้านค้าของคนในชุมชน โดยเฉพาะร้านอาหารที่คนในชุมชนเป็นเจ้าของ โดยมีจำนวนครั้งในการเข้าใช้บริการประมาณ 7 ครั้ง/คน ในขณะที่ร้อยละ 99.33 ของตัวอย่างทั้งหมด มีการเดินเที่ยวหรือซื้อของบริเวณ

ถนนคนเดินเชียงคาน (ใช้ระยะเวลาเดินเที่ยวเฉลี่ย 2 ชั่วโมง/คน) สำหรับสถานที่พักผ่อนของคนในชุมชนนั้น พบว่า มีตัวอย่างร้อยละ 62.75 ที่มีการใช้บริการ โดยมีการพักค้างแรมประมาณ 1 คืน/คน อย่างไรก็ตาม ผลจากการสำรวจ พบว่า มีเพียงร้อยละ 1.01 ของตัวอย่างทั้งหมดที่เข้าร่วมกิจกรรมฐานเรียนรู้ของชุมชน

ตารางที่ 6.20 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเยือนชุมชนเชียงคานในครั้งนี้

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเยือนชุมชนเชียงคาน	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ตอบว่ามีอิทธิพลมาก	ระดับอิทธิพล
1. ความเพลิดเพลินที่จะได้รับจากการมาเยือน	8.57	1.04	88.93	มีอิทธิพลมากที่สุด
2. อากาศที่เย็นสบายของเชียงคาน	8.70	1.01	90.27	มีอิทธิพลมากที่สุด
3. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว	8.30	1.03	87.58	มีอิทธิพลมาก
4. ความต้องการผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน	8.99	0.92	90.94	มีอิทธิพลมากที่สุด
5. ความต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน	7.95	1.38	77.85	มีอิทธิพลมาก
6. ลักษณะเฉพาะของสิ่งดึงดูดใจ เช่น บ้านไม้เก่า ฟาร์มเกษตรอินทรีย์	8.09	1.45	76.85	มีอิทธิพลมาก
7. ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	7.89	1.40	75.84	มีอิทธิพลมาก
8. ความต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ	8.21	1.38	80.20	มีอิทธิพลมาก
9. ความมีชื่อเสียงของเชียงคาน	8.49	1.39	81.21	มีอิทธิพลมาก
10. ความต้องการใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัวหรือผู้ใกล้ชิด	8.91	1.43	87.92	มีอิทธิพลมากที่สุด
11. สมาชิกในครอบครัวหรือผู้ใกล้ชิดต้องการมาเยือน	8.92	1.40	88.26	มีอิทธิพลมากที่สุด
12. ความต้องการยกระดับความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิด	8.96	1.41	88.26	มีอิทธิพลมากที่สุด
13. ความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง	8.94	0.95	90.27	มีอิทธิพลมากที่สุด
14. ต้นทุนในการเดินทางอยู่ในงบประมาณที่สามารถจ่ายได้	8.97	0.86	90.60	มีอิทธิพลมากที่สุด
15. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก	8.81	0.85	90.27	มีอิทธิพลมากที่สุด
16. ความปลอดภัยของเชียงคาน	8.93	0.78	90.60	มีอิทธิพลมากที่สุด
17. ความง่ายในการจัดการท่องเที่ยวตามต้องการ	9.01	0.82	90.27	มีอิทธิพลมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

ตารางที่ 6.21 การเยี่ยมชมและ/ทำกิจกรรมในการมาเยือนชุมชนเชียงคานครั้งนี้

การเยี่ยมชมและ/ทำกิจกรรมในการมาเยือนชุมชนเชียงคานครั้งนี้	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ระยะเวลาที่ใช้	หน่วย
1. การใช้บริการสถานที่พักแรมของคบในชุมชน	187	62.75	1	คืน
2. การใช้บริการร้านค้าของคนในชุมชน	298	100.00	7	ครั้ง
3. การเดินเที่ยวหรือซื้อของในถนนคนเดิน	296	99.33	2	ชั่วโมง
4. การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน	108	36.24	2	ชั่วโมง
5. การเยี่ยมชมฐานเรียนรู้ของชุมชน	3	1.01	1	ชั่วโมง
6. การร่วมกิจกรรมกับคบในชุมชน	34	11.41	1	ชั่วโมง

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

ด้านค่าใช้จ่ายในการมาเยือนชุมชนเชียงคานครั้งนี้ของตัวอย่าง พบว่า ร้อยละ 82.89 ของตัวอย่างทั้งหมด เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 2,500 บาท/คน/ทริป (สอดคล้องกับข้อมูลของเทศบาลตำบลเชียงคาน) ทั้งนี้ประเภทของการใช้จ่ายที่ตัวอย่างส่วนใหญ่เสียไปในการเยี่ยมชมเยือนชุมชนเชียงคานครั้งนี้ คือ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งกว่าร้อยละ 90 เป็นการใช้บริการจากร้านค้าของคนในชุมชนโดยมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เฉลี่ย 700 บาท/คน/ทริป (มีสัดส่วนร้อยละ 28 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด) รองลงมา คือ ค่าที่พัก ซึ่งส่วนใหญ่มีการพักแรมจำนวน 1 คืน โดยร้อยละ 58 ของตัวอย่างจำนวนนี้ มีการพักแรมที่โรงแรม/รีสอร์ท และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,100 บาท/คน/ทริป (มีสัดส่วนร้อยละ 44 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด) นอกจากนี้ ร้อยละ 43.96 ของตัวอย่างทั้งหมด ยังมีการซื้อของที่ระลึก เช่น มะพร้าวแก้ว ผ่านนมทำมือจากร้านค้าในชุมชน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 500 บาท/คน/ทริป (มีสัดส่วนร้อยละ 20 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด) (ตารางที่ 6.22)

ตารางที่ 6.22 ค่าใช้จ่ายในการมาเยือนชุมชนเชียงคานครั้งนี้

ค่าใช้จ่ายในการมาเยือนชุมชนเชียงคานครั้งนี้	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (บาท/คน/ทริป)
1. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการมาเยือนชุมชนเชียงคาน	298	100.00	2,500
• รับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง	247	82.89	-
• ครอบครัวเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย	51	17.11	-
2. ค่าที่พัก	192	64.43	1,100
3. ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	297	99.66	700
4. ค่าของที่ระลึก	131	43.96	500
5. ค่าขนส่งไป-กลับ	44	14.77	300

ตารางที่ 6.22 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายในการมาเยือนชุมชนเชียงคานครั้งนี้	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)	ค่าเฉลี่ย (บาท/คน/ทริป)
6. ค่าบริการนำเที่ยวในชุมชนและ/ท้องถิ่น	5	1.68	400
7. ค่าเดินทางและ/ค่าน้ำมัน	142	47.65	1,700
8. ค่าเช่าจักรยาน (ไฟฟ้า)	24	8.05	200
9. ค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น ชุดใส่บาตร บัตรเข้าชม sky walk ฯลฯ	15	5.03	100

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

สำหรับพฤติกรรมขณะที่ท่องเที่ยวชุมชนเชียงคานในครั้งนี้ของตัวอย่างที่แสดงในตารางที่ 6.23 พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างมีการปฏิบัติตามเงื่อนไขและ/กติกาของชุมชน เช่น แต่งกายอย่างเหมาะสม คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมระหว่างการท่องเที่ยว เช่น ไม่ทิ้งขยะ ลดการใช้พลาสติก/โฟม และมีการเลือกใช้บริการร้านค้าและ/ร้านอาหารของคนท้องถิ่นในระดับมากที่สุด อย่างไรก็ตาม พบว่า มีตัวอย่างไม่ถึงร้อยละ 70 ที่มีพฤติกรรมในการเลือกที่พักแรมที่เป็นของคนท้องถิ่น หรือเป็นที่พักแรมที่เป็นมิตรและใส่ใจสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเดินหรือใช้จักรยานในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน

ตารางที่ 6.23 พฤติกรรมขณะท่องเที่ยวในชุมชนเชียงคานในครั้งนี้

พฤติกรรมขณะท่องเที่ยวในชุมชนเชียงคานในครั้งนี้	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ ตอบว่ามี พฤติกรรมมาก	ระดับ พฤติกรรม
1. ร่วมกิจกรรมที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อสังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม	7.93	1.13	83.22	มีมาก
2. เลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจชุมชน	8.38	0.93	88.93	มีมาก
3. ร่วมกิจกรรมที่ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรม-ประเพณี และทรัพยากรธรรมชาติ	8.38	1.10	88.59	มีมาก
4. ปฏิบัติตามเงื่อนไขและ/กติกาของชุมชน เช่น แต่งกายให้เหมาะสม	9.10	0.98	90.60	มีมากที่สุด
5. ท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น ไม่ทิ้งขยะ ลดการใช้พลาสติก/โฟม ฯลฯ	9.00	0.94	90.27	มีมากที่สุด
6. เลือกที่พักแรมที่เป็นมิตรและใส่ใจสิ่งแวดล้อม	7.30	2.73	69.13	มีมาก
7. เลือกที่พักแรมที่เป็นของคนท้องถิ่นและ/มีการจ้างงานคนท้องถิ่น	7.10	2.84	64.09	มีมาก
8. เดินและ/ใช้จักรยานในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน	7.49	2.75	67.45	มีมาก

ตารางที่ 6.23 (ต่อ)

พฤติกรรมขณะท่องเที่ยวในชุมชนเชียงคานในครั้งนี้	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ ตอบว่ามี พฤติกรรมมาก	ระดับ พฤติกรรม
9. ชื่อของที่ระลึกและ/ของฝากที่ผลิตโดยชุมชน	7.82	2.00	72.15	มีมาก
10. เลือกใช้บริการร้านค้าและ/ร้านอาหารของคนท้องถิ่น	8.84	0.97	89.60	มีมากที่สุด
11. บริจาคเงินเมื่อจอดรถในพื้นที่สาธารณะ เช่น ลานวัด โรงเรียน	8.15	1.58	81.21	มีมาก
12. บริจาคเงินเพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทาง วัฒนธรรม	8.08	1.56	80.87	มีมาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

อย่างไรก็ตาม เมื่อสำรวจความพึงพอใจที่ได้รับหลังจากไปเยือนเชียงคานในครั้งนี้ (ตารางที่ 6.24) พบว่า โดยรวมแล้ว ผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด จากการมาเยือนเชียงคานในครั้งนี้ โดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจที่ 9.02 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน โดยกว่าร้อยละ 90 ของตัวอย่างทั้งหมด ต่างรู้สึกเพลิดเพลินในการมาเยือนเชียงคานครั้งนี้ พึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกมาเชียงคาน รู้สึกว่าได้รับความพึงพอใจสูงกว่าที่คาดหวังไว้ และมีความพึงพอใจโดยรวมต่อประสบการณ์ที่ได้รับในระดับมาก

ตารางที่ 6.24 ความพึงพอใจที่ได้รับหลังจากการไปเยือนชุมชนเชียงคาน

ความพึงพอใจที่ได้รับจากการไปเยือน ชุมชนเชียงคานในครั้งนี้	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ตอบว่า พึงพอใจมาก	ระดับ ความพึงพอใจ
1. ท่านพึงพอใจกับความเพลิดเพลินในการมาเยือนครั้งนี้	8.81	1.00	89.60	พึงพอใจมากที่สุด
2. ท่านได้รับความพึงพอใจสูงกว่าที่คาดหวังไว้	8.92	0.89	90.60	พึงพอใจมากที่สุด
3. ท่านพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกมายังเชียงคาน ในครั้งนี้	9.10	0.85	90.60	พึงพอใจมากที่สุด
4. โดยรวมท่านพึงพอใจกับประสบการณ์ในการมาเยือน เชียงคานในครั้งนี้	9.23	0.82	90.60	พึงพอใจมากที่สุด
รวม	9.02	0.89	90.35	พึงพอใจมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

6.2.3 ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ผลการสำรวจทัศนคติต่อความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม ซึ่งเป็นตัวอย่างของชุมชนเชียงคาน พบว่า โดยรวมแล้ว ผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างมีความตระหนักต่อ

การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติเท่ากับ 9.01 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน กล่าวคือ ตัวอย่างกว่าร้อยละ 90 เห็นด้วยในระดับมาก ต่อการที่นักท่องเที่ยวควรมีส่วนรับผิดชอบต่อผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การทิ้งขยะในภาชนะที่จัดเตรียมไว้ การที่นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติตามข้อกำหนดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ไม่ส่งเสียงดัง การที่นักท่องเที่ยวควรสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมถึงการที่นักท่องเที่ยวควรใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น ไม่ใช้เกินกว่าขีดความสามารถในการรองรับ เป็นต้น (ตารางที่ 6.25)

ตารางที่ 6.25 ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่เห็นด้วยมาก	ระดับความคิดเห็น
1. นักท่องเที่ยวควรรู้คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น เคารพต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ	8.71	1.04	88.93	เห็นด้วยมากที่สุด
2. นักท่องเที่ยวควรใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น ไม่ใช้เกินกำลังความสามารถในการรองรับ ฯลฯ	8.81	1.00	89.93	เห็นด้วยมากที่สุด
3. นักท่องเที่ยวควรมีส่วนรับผิดชอบต่อผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น ทิ้งขยะในภาชนะที่เตรียมไว้ ฯลฯ	9.17	0.97	90.60	เห็นด้วยมากที่สุด
4. นักท่องเที่ยวควรสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น คำนึงถึงผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง ฯลฯ	9.09	0.93	90.60	เห็นด้วยมากที่สุด
5. นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติตามกฎกติกาหรือข้อกำหนดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การไม่ส่งเสียงดัง ฯลฯ	9.25	0.97	90.27	เห็นด้วยมากที่สุด
รวม	9.01	0.98	90.07	เห็นด้วยมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

6.2.4 การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม

ในส่วนของการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างของชุมชนเชิงinkan ที่แสดงในตารางที่ 6.26 พบว่า โดยรวมแล้ว ผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติเท่ากับ 8.22 จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) ในขณะที่การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมที่ตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ การให้ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม

ตารางที่ 6.26 การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม

การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ให้ ความสำคัญ มาก	ระดับความสำคัญ
1. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม	8.34	1.10	85.91	สำคัญมาก
2. ความตระหนักต่อเรื่องที่สังคมกำลังกังวลในปัจจุบัน	8.45	1.24	83.22	สำคัญมาก
3. ความห่วงใยที่มีต่อผู้อื่นในสังคม	8.12	1.29	79.53	สำคัญมาก
4. การแบ่งปันประสบการณ์ใหม่ให้กับสังคม	7.71	1.42	72.48	สำคัญมาก
5. การใช้เวลาว่างในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคม	7.87	1.37	75.50	สำคัญมาก
6. ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม	8.83	1.16	87.92	สำคัญมากที่สุด
รวม	8.22	1.26	80.76	สำคัญมาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

6.2.5 มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

ผลการสำรวจมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างในพื้นที่ชุมชนเชิงคาน จังหวัดเลย พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (มีค่าเฉลี่ยของคะแนนทัศนคติเท่ากับ 8.27 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) ทั้งนี้ ตัวอย่างมีทัศนคติที่เห็นด้วยในระดับมากที่สุด ต่อการที่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบช่วยฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว และมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงทำให้เกิดการเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น (ตารางที่ 6.27)

ตารางที่ 6.27 มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วน ผู้เห็นด้วย มาก	ระดับ ความคิดเห็น
1. ชุมชนและผู้เยี่ยมชมต่างก็ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	8.29	1.28	79.19	เห็นด้วยมาก
2. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสามารถบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว	8.35	1.18	82.21	เห็นด้วยมาก
3. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการยอมรับประสบการณ์ทางสังคม	8.30	1.19	83.22	เห็นด้วยมาก

ตารางที่ 6.27 (ต่อ)

มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วน ผู้ที่เห็นด้วย มาก	ระดับ ความคิดเห็น
4. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้ประสบการณ์ที่เพลิดเพลินผ่านการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม-สังคม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	8.23	1.15	82.89	เห็นด้วยมาก
5. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น	8.55	1.14	85.91	เห็นด้วยมากที่สุด
6. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	8.69	1.13	86.58	เห็นด้วยมากที่สุด
7. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบช่วยฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว	8.75	1.08	87.58	เห็นด้วยมากที่สุด
8. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวเคารพวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของจุดหมายปลายทาง	8.39	1.09	86.24	เห็นด้วยมาก
9. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวสนใจวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ดนตรี อาหาร งานฝีมือ ฯลฯ ของจุดหมายปลายทาง	8.11	1.17	81.88	เห็นด้วยมาก
10. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ เชื้อชาติ ฯลฯ	7.85	1.29	74.83	เห็นด้วยมาก
11. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกหรือของฝากที่ผลิตในท้องถิ่น	7.86	1.31	77.52	เห็นด้วยมาก
12. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายภายในจุดหมายปลายทาง	7.92	1.29	77.52	เห็นด้วยมาก
รวม	8.27	1.19	82.13	เห็นด้วยมาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

6.2.6 การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของชุมชนเชียงคาน

ในส่วนของการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ พบว่า โดยรวมแล้วผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างมีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของชุมชนเชียงคานในระดับมาก (มีค่าเฉลี่ยของคะแนนการรับรู้เท่ากับ 7.08 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน) โดยเฉพาะในเรื่องการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน ที่มีตัวอย่างถึงร้อยละ 86 ของตัวอย่างทั้งหมด รับรู้ในระดับมากกว่าชุมชนเชียงคานมีการจัดการในเรื่องดังกล่าว (ตารางที่ 6.28)

ตารางที่ 6.28 การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของชุมชนเชียงคาน

การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	ค่าเฉลี่ย (1-10)	ค่า SD	สัดส่วนผู้ที่ รับรู้มาก	ระดับ การรับรู้
1. มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน	8.23	1.36	86.24	รับรู้มาก
2. มีการจัดการที่ลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว	6.72	2.32	59.73	รับรู้มาก
3. มีการแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว	6.70	2.29	59.06	รับรู้มาก
4. มีการดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ	7.03	2.34	63.42	รับรู้มาก
5. มีการดูแลในเรื่องความสะอาดและสภาพแวดล้อมของชุมชน	7.13	2.33	63.76	รับรู้มาก
6. เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว	6.74	2.31	58.72	รับรู้มาก
7. เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว	7.00	2.48	58.72	รับรู้มาก
รวม	7.08	2.20	64.24	รับรู้มาก

ที่มา: จากการสำรวจ พ.ศ. 2564

ตารางที่ 6.29 การเปรียบเทียบการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบระหว่างคนท้องถิ่นกับผู้เยี่ยมชมของชุมชนเชียงคาน

การรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	คนท้องถิ่น n = 200, ผู้เยี่ยมชม n = 298			
	ค่าคะแนนเฉลี่ย (1-10)		F-statistic ^{1/}	t-statistic
	คนท้องถิ่น	ผู้เยี่ยมชม		
1. มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน	8.40	8.23	5.69**	1.24
2. มีการจัดการที่ลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว	6.91	6.72	0.15	0.89
3. มีการแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว	6.58	6.70	7.11**	-0.56
4. มีการดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ	7.37	7.03	0.94	1.58*
5. มีการดูแลในเรื่องความสะอาดและสภาพแวดล้อมของชุมชน	7.52	7.13	0.37	1.83**
6. เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว	7.01	6.74	3.31*	1.18
7. เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว	7.04	7.00	0.23	0.17
รวม	7.26	7.08	1.46	0.35

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ^{1/} Levenes' test for equality of variances

* แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 และ ** แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับตารางที่ 6.29 เป็นการเปรียบเทียบการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบระหว่างคนท้องถิ่นกับผู้เยี่ยมชมในกรณีของชุมชนเชียงคานพบว่า หากพิจารณาในภาพรวมคนท้องถิ่นและผู้เยี่ยมชมมีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 แต่ถ้าพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า คนท้องถิ่น

ถิ่นและผู้เยี่ยมชมมีการรับรู้ที่แตกต่างกันในเรื่องของการรับรู้เกี่ยวกับการดูแลความสะอาดและสภาพแวดล้อมของชุมชน และการดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ โดยคนท้องถิ่นในชุมชนเชียงคานจะรับรู้ในทั้งสองเรื่องดังกล่าวมากกว่าผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชียงคานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ■

บทที่ 7

ปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุน การจัดการการท่องเที่ยว อย่างรับผิดชอบต่อของคนท้องถิ่น

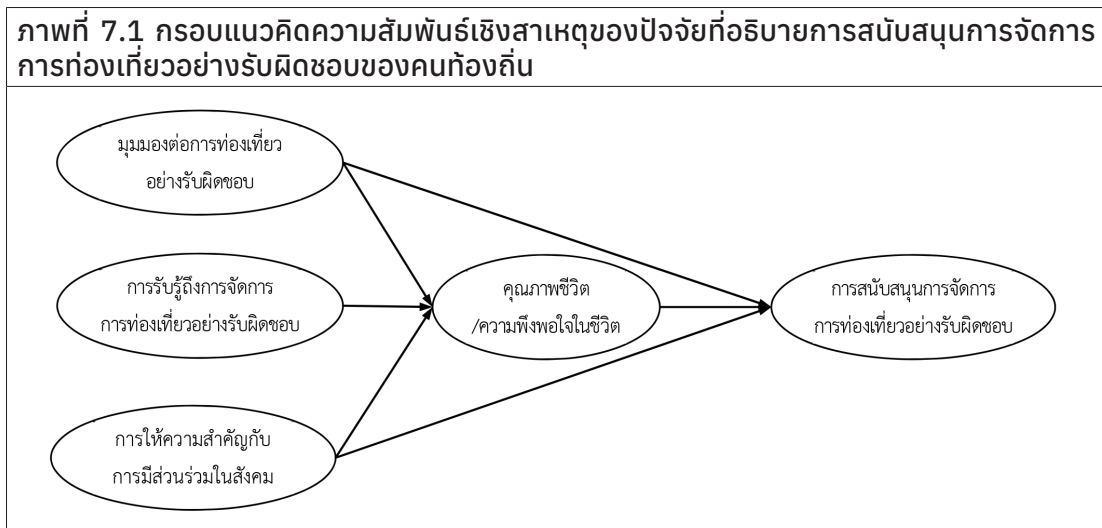
บทนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นในพื้นที่ 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา ได้แก่ ชุมชนเชียงคาน (ตัวแทนชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท) และชุมชนบ่อสวก (ชุมชนชนบท) เพื่อค้นหาปัจจัยที่สามารถทำนายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น รวมถึงการตรวจสอบว่า ความแตกต่างของชุมชนในด้านวัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมมีผลทำให้โครงสร้างและขนาดของความสัมพันธ์ดังกล่าวแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร และความแตกต่างดังกล่าวทำให้คนท้องถิ่นมีมุมมอง การรับรู้ การให้ความสำคัญ และการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นอย่างไรบ้าง รวมถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นมีความแตกต่างในการช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นใน 2 ชุมชนนี้ให้ดีขึ้นอย่างไร

การนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรก เป็นการนำเสนอระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น ประกอบด้วย การคัดเลือกและการกำหนดตัวแปร การพัฒนาแบบจำลอง และการตรวจสอบลักษณะของข้อมูล สำหรับส่วนที่สอง เป็นผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) ของโมเดลการวัดของตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลอง ก่อนนำเสนอส่วนที่สามที่เป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นที่เป็นผลลัพธ์จากวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) สำหรับส่วนสุดท้ายเป็นผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่นเพื่อใช้ประเมินราคาเงาของการมีส่วนร่วม การรับรู้ การให้ความสำคัญ และการสนับสนุนการจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

7.1 กรอบแนวคิด ตัวแปร แบบจำลอง และสมมติฐาน

7.1.1 กรอบแนวคิดในการพัฒนาแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

กรอบแนวคิดสำหรับพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นถูกพัฒนามาบนพื้นฐานของสารสนเทศที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวแทนชุมชนของทั้งชุมชนเชิงคนและบ่อสวก โดยสามารถแสดงกรอบแนวคิดดังกล่าวได้ดังนี้



จากกรอบแนวคิดในภาพที่ 7.1 มีตัวแปรทั้งหมด 5 ตัวแปร ซึ่งมีนิยามเชิงปฏิบัติการพอสังเขป ดังนี้

ตัวแปรที่ 1: มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ หมายถึง ความคิดเห็นของคนท้องถิ่นที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทางที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบ มีการแบ่งปันผลประโยชน์และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ตัวแปรที่ 2: การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ หมายถึง การที่คนท้องถิ่นรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมและสนับสนุน

การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบเชิงลบ การแบ่งปันผลประโยชน์ และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ตัวแปรที่ 3: การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม หมายถึง การที่คนท้องถิ่นมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือ ห่วงใย และแบ่งปันกับสังคม รวมถึงความตระหนักและความสนใจในสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในสังคม

ตัวแปรที่ 4: คุณภาพชีวิต/ความพึงพอใจในชีวิต โดยคุณภาพชีวิต หมายถึง การแสดงความรู้สึกของคนท้องถิ่นต่อสภาพความเป็นอยู่ และการใช้ชีวิตของตนเอง ส่วนความพึงพอใจในชีวิต หมายถึง ความรู้สึกของคนท้องถิ่นต่อชีวิตของตนเอง

ตัวแปรที่ 5: การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หมายถึง การยอมรับและสนับสนุนของคนท้องถิ่นต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบ มีการแบ่งปันผลประโยชน์ และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพราะเห็นถึงผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่ตกแก่ชุมชน โดยที่คนท้องถิ่นสนับสนุนด้วยการประพฤติและปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชน การให้ความร่วมมือ การเข้าร่วมกิจกรรม การให้ความช่วยเหลือและข้อเสนอแนะต่อนักท่องเที่ยว และการสนับสนุนส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในการท่องเที่ยว

ทั้งนี้ จากข้อมูลเพิ่มเติมที่ได้จากการสัมภาษณ์ตัวแทนของชุมชนทั้งสอง พบว่า ผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบอาจเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาที่ผ่านมาหลายชิ้นที่พบว่า ผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง (Gursoy, Chi and Dyer, 2010, Nunkoo and So, 2016; อัครพงศ์ อ้นทอง, กันต์ลีณี กันทะวงศ์วาร และ ญัฐพล อนันต์ธนสาร, 2561) ดังนั้นจึงได้นิยามตัวแปรดังกล่าวเพิ่มเติม ดังนี้

ตัวแปรที่ 6: ผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่น หมายถึง ความรู้สึกถึงผลลัพธ์ที่ดี ที่คนท้องถิ่นได้รับจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่น เช่น โอกาสในการมีรายได้ โอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน การทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น

7.1.2 การคัดเลือก การกำหนดตัวแปร และการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

จากกรอบแนวคิดที่เสนอในภาพที่ 7.1 และนิยามตัวแปรที่นำเสนอในหัวข้อ 7.1.1 รวมถึงชุดคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ (ดูรายละเอียดของชุดคำถามในภาคผนวก) สามารถแบ่งกลุ่มตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มของตัวแปรสังเกต (observable variables) จำนวน 20 ตัวแปร และตัวแปรแฝง (latent variables) จำนวน 6 ตัวแปร ในจำนวนตัวแปรสังเกต 20 ตัวแปร

เป็นตัวแปรสังเกตที่มีลักษณะเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (continuous variables) เกือบทั้งหมด โดยได้มาจากการรวมข้อคำถามที่มีมาตรวัดแบบประมาณค่า (rating scale) ด้วยการหาค่าเฉลี่ย สำหรับตัวแปรสังเกตที่ไม่ได้มีการรวมข้อคำถามเป็นตัวแปรที่มีมาตรวัดแบบประมาณค่าที่มีลักษณะเป็นตัวแปรแบบแบ่งกลุ่ม (categorical variables) ที่มีมาตรวัดแบบเรียงลำดับ (ดูรายละเอียดของชุดตัวแปรต่าง ๆ ได้ในตารางที่ 7.1)

ตารางที่ 7.1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา		
ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	ข้อคำถาม
1. นุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (PERT)	1. ประโยชน์ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (PERT1)	1. ชุมชนและผู้เยี่ยมชมต่างได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
	2. การยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว (PERT2)	2. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสามารถบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว
		3. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการยอมรับประสบการณ์ทางสังคม
		4. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้ประสบการณ์ที่เพลิดเพลินผ่านการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม-สังคม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น
		5. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น
	3. การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (PERT3)	8. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวเคารพวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของจุดหมายปลายทาง
		6. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
	4. พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม (PERT4)	7. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบช่วยฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว
		9. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวสนใจวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ดนตรี อาหาร งานฝีมือ ฯลฯ ของจุดหมายปลายทาง
		10. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ เชื้อชาติ ฯลฯ
		11. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกหรือของฝากที่ผลิตในท้องถิ่น
		12. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายภายในจุดหมายปลายทาง

ตารางที่ 7.1 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	ข้อคำถาม
2. การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (PCRT)	1. การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน (PCRT1)	1. การกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน 2. การจัดการที่ลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว 3. การแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว
	2. การรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยว (PCRT2)	4. การดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ 5. การดูแลในเรื่องความสะอาดและสภาพแวดล้อมของชุมชน
	3. การรับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม (PCRT3)	6. การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 7. การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
3. การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม (SEN)	1. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม (SEN1)	1. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม
	2. ความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม (SEN2)	2. ความตระหนักต่อเรื่องที่สังคมกำลังกังวลในปัจจุบัน 6. ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม
	3. ความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคม (SEN3)	3. ความห่วงใยที่มีต่อผู้อื่นในสังคม 5. การใช้เวลาว่างในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคม
4. ผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (IMRT)	1. ผลลัพธ์ที่ดีต่อเศรษฐกิจชุมชน (IMRT1)	1. เพิ่มโอกาสให้คนท้องถิ่นมีงานทำ 2. เพิ่มโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน 4. สนับสนุนธุรกิจและ/วิสาหกิจภายในท้องถิ่น 6. เพิ่มโอกาสการจ้างงานในสาขาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 7. สนับสนุนผู้ประกอบการในสาขาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
	2. ผลลัพธ์ที่ดีต่อคนในชุมชน (IMRT2)	3. พัฒนากิจกรรมด้านต่างๆ ให้กับคนท้องถิ่น เช่น การให้บริการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ฯลฯ 5. ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 8. พัฒนากิจกรรมในการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน 9. ทำให้คนท้องถิ่นรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน
	3. ผลลัพธ์ที่ดีต่อวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน (IMRT3)	10. ทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น 11. ทำให้เกิดการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น 12. ทำให้เกิดการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน
	4. ผลลัพธ์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชน (IMRT4)	13. ทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 14. ทำให้ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่และสะอาด 15. ทำให้เกิดการจัดการขยะภายในชุมชน

ตารางที่ 7.1 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	ข้อคำถาม
5. ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต (SQL)	1. ท่านรู้สึกพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่ของท่าน (SQL1)	1. ท่านรู้สึกพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่ของท่าน
	2. ท่านรู้สึกพึงพอใจกับการใช้ชีวิตหรือวิถีชีวิตของตนเอง (SQL2)	2. ท่านรู้สึกพึงพอใจกับการใช้ชีวิตหรือวิถีชีวิตของตนเอง
6. การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อชุมชน (SRT)	1. ยินดีให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชน (SRT1)	1. ท่านยินดีปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชนเพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เช่น การดูแลความสะอาดและสภาพแวดล้อมบริเวณที่อยู่อาศัย ฯลฯ
	2. ยินดีเข้าร่วมการประชุมและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (SRT2)	2. ท่านยินดีให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น แต่งกายพื้นเมือง ร่วมงานประเพณีท้องถิ่น ฯลฯ
	3. ยินดีให้ความช่วยเหลือแนะนำนักท่องเที่ยว (SRT3)	3. หากมีการประชุมหารือเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ท่านยินดีเข้าร่วมและ/แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
	4. ยินดีสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (SRT4)	4. ท่านยินดีร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นภายในท้องถิ่นทุกครั้งที่มีโอกาส
		5. ท่านมักให้ความช่วยเหลือและแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีโอกาส
		6. ท่านยินดีสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในการท่องเที่ยว

ชุดตัวแปรในตารางที่ 7.1 ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 20 ตัวแปร ตัวแปรแฝง 6 ตัวแปร เมื่อตรวจสอบกับข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมา พบว่า มีตัวแปรบางตัวมีค่าสูญหาย (missing value) จึงได้ตัดตัวอย่างดังกล่าวออกจากการวิเคราะห์ สุดท้ายแล้วเหลือตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ 389 ตัวอย่าง แบ่งเป็น ตัวอย่างจากชุมชนเชียงคาน 200 ตัวอย่าง และจากชุมชนบ่อสวก 189 ตัวอย่าง

แม้ว่าจะยังไม่มีผลสรุปว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) ควรมีขนาดเท่าไร แต่การศึกษาส่วนใหญ่เสนอให้มีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง (Hoelter, 1983; Garver and Meztzer, 1999; Sivo et al., 2006; Kline, 2011; Tabachnik and Fidel, 2012) ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้น ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 2 กรณี มีชุดตัวอย่างประมาณเกือบ 200 ตัวอย่าง จึงเพียงพอที่จะทำให้การวิเคราะห์ด้วย SEM มีอำนาจในการทดสอบทางสถิติ

จากการทดสอบ multivariate normality ที่เป็นหนึ่งในข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญของการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (ตารางที่ 7.2) พบว่า ชุดข้อมูลของทั้ง 2 ชุมชนไม่ผ่านข้อตกลงเบื้องต้นในเรื่องของ multivariate normality (ค่า p-value ของสถิติทดสอบ chi-square มีค่าต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าข้อมูลมีลักษณะ multivariate normality) ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณค่าได้จากวิธี maximum likelihood estimation (MLE) อคติ (bias) และไม่มีประสิทธิภาพ (inefficient) ดังนั้นเพื่อให้ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณค่าไม่มีอคติและมีประสิทธิภาพ การศึกษานี้จึงใช้วิธี maximum likelihood estimation with robust standard errors (MLR) ประมาณค่าสัมประสิทธิ์และค่าน้ำหนักองค์ประกอบแทนวิธี MLE (Kline, 2012; Muthen and Muthen , 2012)

ตารางที่ 7.2 ผลการทดสอบ multivariate normality

ค่าสถิติ	ชุมชนเชียงคาน	ชุมชนบ่อสวก	รวมทั้งหมด
Mardia mSkewness	108.502 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)	125.281 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)	88.506 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)
Mardia mKurtosis	539.640 $\chi^2 = 564.10$ (p = 0.000)	555.696 $\chi^2 = 718.71$ (p = 0.000)	591.802 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)
Henze-Zirkler	1.060 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)	1.141 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)	1.216 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)
Doornik-Hansen	$\chi^2 = 552.10$ (p = 0.000)	$\chi^2 = 572.72$ (p = 0.000)	$\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)
จำนวนตัวอย่าง (n)	200	189	389

ที่มา: จากการคำนวณ

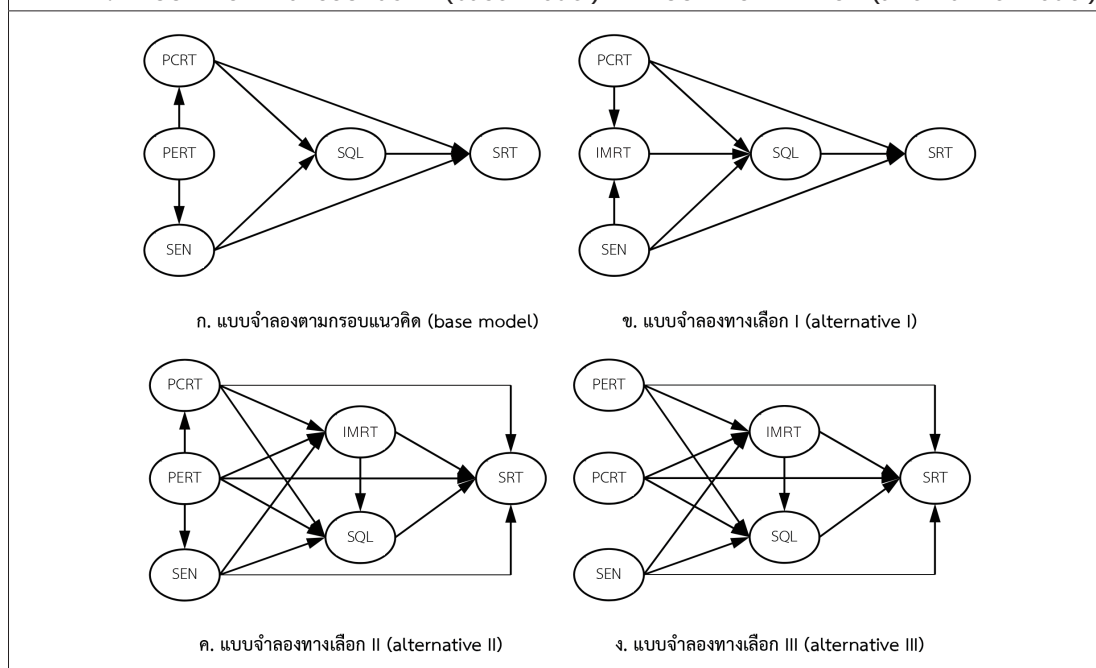
7.1.3 การพัฒนาแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

จากกรอบแนวคิดในภาพที่ 7.1 และชุดตัวแปรในตารางที่ 7.1 สามารถนำมาพัฒนาเป็นแบบจำลองตามกรอบแนวคิด หรือแบบจำลองฐาน (base model) ได้ดังภาพที่ 7.2g จากการตรวจสอบในเบื้องต้นถึงความกลมกลืน (fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 2 ชุมชน พบว่า แบบจำลองตามกรอบแนวคิดในภาพที่ 7.2g ไม่กลมกลืน (not fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เป็นชุดตัวอย่างในทั้ง 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา (พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนที่แสดงในตารางที่ 7.3 คอลัมน์ “base model” ดังนั้นจึงปรับปรุงความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของแบบจำลองใหม่ตามความสัมพันธ์ระหว่างชุดของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์)

212

ร่วมกับข้อเสนอแนะที่ได้จากโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล (พิจารณาจาก modification index) คำแนะนำและข้อสังเกตจากผู้เชี่ยวชาญ และตรรกะที่สมเหตุสมผลที่ได้จากการสัมภาษณ์และพูดคุยกับคนท้องถิ่นที่เป็นประชากร ในที่สุดแล้วสามารถพัฒนาแบบจำลองทางเลือกเพิ่มเติมได้อีก 3 แบบจำลอง (alternative I-III) สำหรับนำมาใช้ตรวจสอบเปรียบเทียบว่าแบบจำลองไหนมีความกลมกลืน (fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์มากที่สุด (ดูโครงสร้างความสัมพันธ์ของแบบทางเลือกทั้ง 3 แบบจำลอง ได้ในภาพที่ 7.2ข-7.2ง)

ภาพที่ 7.2 แบบจำลองตามกรอบแนวคิด (base model) และแบบจำลองทางเลือก (alternative model)



ตารางที่ 7.3 เป็นค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนของทั้ง 4 แบบจำลอง พบว่าแบบจำลองตามกรอบแนวคิด หรือแบบจำลองฐาน (base model) เป็นแบบจำลองที่มีค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนดีที่สุด (ยกเว้นค่าสถิติ SRMR ซึ่งแบบจำลองทางเลือก I มีค่าสถิติดังกล่าวดีที่สุด) ดังนั้นในการศึกษานี้จึงเลือกแบบจำลองตามกรอบแนวคิดมาใช้ในการศึกษาถึงโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น

ตารางที่ 7.3 ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนของแบบจำลองต่างๆ

ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน	เกณฑ์การพิจารณา	Base model	Alternative I	Alternative II	Alternative III
1. Chi-square (χ^2) (ค่า p-value)	low χ^2 and not Sig.	278.867 (0.000)	355.935 (0.000)	628.97 (0.000)	545.73 (0.000)
2. χ^2/df	ยิ่งน้อยยิ่งดี	2.905	3.747	4.032	3.521
3. RMSEA (90% confidence interval)	ยิ่งน้อยยิ่งดี	0.070 [0.060, 0.080]	0.084 [0.075, 0.093]	0.088 [0.081, 0.096]	0.081 [0.073, 0.088]
4. SRMR	ยิ่งน้อยยิ่งดี	0.110	0.038	0.108	0.040
5. Comparative Fit Index (CFI)	ยิ่งมากยิ่งดี	0.951	0.830	0.911	0.927
6. Tucker Lewis Index (TLI)	ยิ่งมากยิ่งดี	0.939	0.811	0.892	0.910
Chi-square difference tests (p-value)	-	-	33.05 (0.000)	-354.38 (0.000)	-269.21 (0.000)

ที่มา: จากการคำนวณ
หมายเหตุ: RMSEA คือ root mean square error of approximation, SRMR คือ standardized root mean square residual

จากแบบจำลองตามกรอบแนวคิดที่แสดงในภาพที่ 7.2ก มีสมมติฐานที่ต้องทดสอบในทางสถิติทั้งหมด 8 สมมติฐาน ดังแสดงในภาพที่ 7.3 ซึ่งสามารถแบ่งสมมติฐานออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

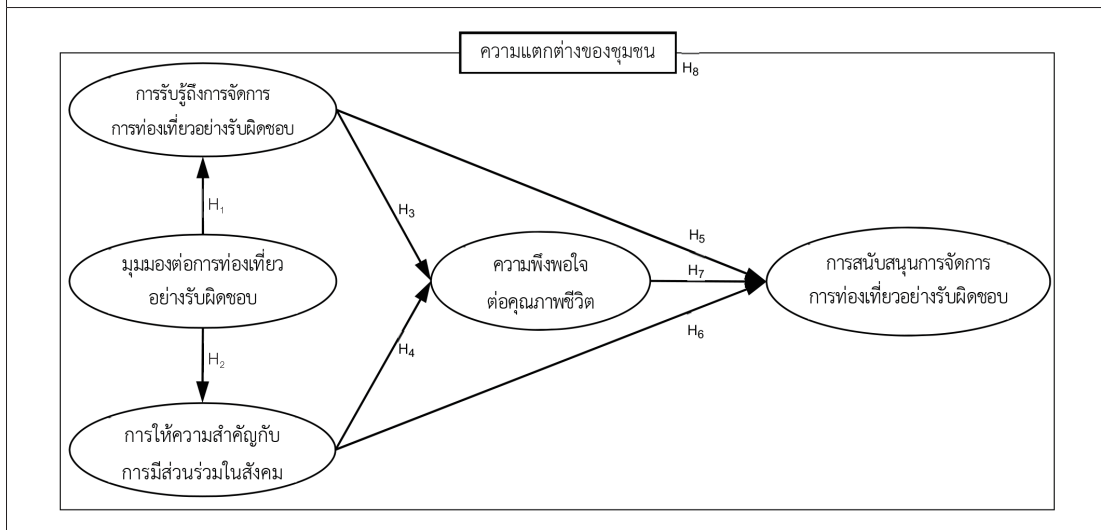
1) ชุดของสมมติฐานที่ใช้ทดสอบอิทธิพลทางตรง (direct effect) ระหว่างตัวแปรต่างๆ ภายในแบบจำลองจำนวน 7 สมมติฐาน ($H_1 - H_7$) เช่น สมมติฐานที่ 1: มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชน ($H_1 : \text{PERT} \rightarrow \text{PCRT}$) เป็นต้น

2) สมมติฐานที่ 8 (H_8) เป็นสมมติฐานที่ใช้ทดสอบว่า โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองมีความไม่แปรเปลี่ยนตามความแตกต่างของชุมชน (หรือ model invariance) หากสมมติฐานดังกล่าวถูกปฏิเสธแสดงว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นมีความแตกต่างกันระหว่าง 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

แบบจำลองในภาพที่ 7.3 มีพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าทั้งหมด 56 ตัว ดังนั้นแบบจำลองดังกล่าวจึงมีองศาความเป็นอิสระ (degree of freedom) เท่ากับ 154 [$20 \times ((20+1)/2) - 56$] แสดงว่า เมทริกซ์ variance-covariance ของชุดตัวแปรสังเกตมีสมาชิกมากกว่าค่าพารามิเตอร์ในแบบจำลอง หรือเรียกว่า over identified หมายความว่า ตัวแปรแฝงแต่ละตัวในแบบจำลองถูกกำหนดให้วัดค่าได้ และสามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองได้

การศึกษาในบทนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงสถิติ (static) โดยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) ค้นหาขนาดน้ำหนักความสำคัญของแต่ละตัวแปรสังเกตที่เป็นตัวบ่งชี้ตัวแปรแฝงแต่ละตัว (ทั้งหมด 6 ตัวแปรแฝง รวมตัวแปรแฝงที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่ไม่ได้อยู่ในแบบจำลองตามกรอบแนวคิด) และแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) ในการตรวจสอบและประมาณค่าขนาดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลองตามที่เสนอในภาพที่ 7.3

ภาพที่ 7.3 แบบจำลองปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น



7.1.4 การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลอง

การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองในภาพที่ 7.3 เป็นการทดสอบสมมติฐานหลักที่ว่า โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองในภาพที่ 7.3 ไม่แปรเปลี่ยนไปตามระดับความแตกต่างของชุมชน (หรือสมมติฐานที่ 8 ในภาพที่ 7.3) โดยแบ่งการทดสอบออกเป็น 2 ส่วน คือ การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด และการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลโครงสร้างที่รวมถึงการทดสอบความแตกต่างของเส้นอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ภายในแบบจำลองสมการโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นที่นำเสนอในภาพที่ 7.3

การศึกษานี้ทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดใน 2 ระดับ ได้แก่ 1) การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) หรือ “metric invariance” โดยมีสมมติฐานหลักว่า “ $H_0: \Lambda_{x1} = \dots = \Lambda_{xn}$ ” หากปฏิเสธสมมติฐานหลัก แสดงว่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่างโมเดลการวัดของแต่ละชุมชนแตกต่างกัน และ 2) การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของค่าคงที่ (intercepts) ของตัวแปรสังเกต หรือ “scalar invariance” โดยมีสมมติฐานหลักว่า “ $H_0: \tau_{x1} = \dots = \tau_{xn}$ ” หากปฏิเสธสมมติฐานหลัก แสดงว่าโมเดลการวัดของแต่ละชุมชนมีค่าคงที่ของตัวแปรสังเกตแตกต่างกัน

ตารางที่ 7.4 การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดตามลักษณะเฉพาะของ 2 ชุมชน

ตัวแปร	Metric Invariance	Scalar Invariance
มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ [PERT]	$\chi^2 = 37.463^*$ (df = 7)	$\chi^2 = 66.486^*$ (df = 10)
การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ [PCRT]	$\chi^2 = 12.295^*$ (df = 2)	$\chi^2 = 45.643^*$ (df = 4)
การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม [SEN]	$\chi^2 = 2.297$ (df = 2)	$\chi^2 = 4.281$ (df = 4)
ผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ [IMRT]	$\chi^2 = 138.523^*$ (df = 7)	$\chi^2 = 160.265^*$ (df = 10)
ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต [SQL]	-	$\chi^2 = 1.648$ (df = 2)
การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ [SRT]	$\chi^2 = 48.631^*$ (df = 7)	$\chi^2 = 60.898^*$ (df = 10)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: 2 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนเชียงคาน และชุมชนบ่อสวก

: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดที่แสดงในตารางที่ 7.4 พบว่าค่า p-value มีค่าต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($p\text{-value} < 0.05$) เกือบทุกกรณี ยกเว้นกรณีของโมเดลการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม (SEN) ที่ค่า p-value ของการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบ และความไม่แปรเปลี่ยนของค่าคงที่แสดงให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนกรณีของโมเดลความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต (SQL) พบว่า ค่า p-value ของการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของค่าคงที่แสดงให้เห็นว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 เช่นเดียวกัน ผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดทั้ง 6 โมเดล มีความแปรเปลี่ยนในน้ำหนักองค์ประกอบ (factorial invariance) ยกเว้น โมเดลการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม ส่วนค่าคงที่ของตัวแปรสังเกต (scalar invariance) มีความแปรเปลี่ยนในโมเดลการวัด 4 โมเดล ยกเว้น โมเดลการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และโมเดล

ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต ซึ่งจากผลการทดสอบสมมติฐานความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดล การวัดอาจกล่าวได้ว่า โมเดลการวัดเกือบทั้งหมดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบและค่าคงที่แตกต่างกันระหว่างชุมชนทั้ง 2 ชุมชน ที่เป็นกรณีศึกษา

ตารางที่ 7.5 การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลโครงสร้างตามลักษณะเฉพาะของ 2 ชุมชน

แบบจำลอง	Chi-square	Scaling correction factor	Chi-square difference tests (ค่า p-value)
Free beta and gamma	617.52 (df = 214)	1.0919	-
Fix PCRT on PERT	632.20 (df = 215)	1.0903	-20.08 (0.000)
Fix SEN on PERT	630.34 (df = 215)	1.0935	-10.45 (0.001)
Fix SQL on PCRT SEN	616.69 (df = 216)	1.0937	-0.16 (0.922)
Fix SRT on PCRT SEN SQL	623.68 (df = 217)	1.0955	-6.63 (0.084)
Fix all	649.12 (df = 221)	1.0969	-30.21 (0.000)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: 2 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนเชียงคาน และชุมชนบ่อสวก

สำหรับผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองโครงสร้างที่แสดงในตารางที่ 7.5 พบว่า ค่า p-value มีค่าต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ($p\text{-value} < 0.10$) ในเกือบทุกแบบจำลอง ยกเว้น แบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตที่ซึ่งมีการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (PCRT) และการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม (SEN) เป็นสองปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต ผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองโครงสร้างแสดงให้เห็นว่าสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ของแบบจำลองเกือบทั้งหมดหมายความว่า โมเดลโครงสร้างแปรเปลี่ยนไปตามลักษณะเฉพาะของชุมชน ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถทำให้ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ 8 ที่ว่า “โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองมีความไม่แปรเปลี่ยนตามความแตกต่างของชุมชน” หรืออาจกล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นมีความแตกต่างกันระหว่างชุมชนทั้ง 2 ชุมชน ที่เป็นกรณีศึกษา

ส่วนผลการทดสอบความแตกต่างของเส้นอิทธิพลตามลักษณะเฉพาะของชุมชนที่แสดงในตารางที่ 7.6 คอลัมน์ Wald test พบว่า มี 3 เส้นอิทธิพลทางตรง จากทั้ง 7 เส้นอิทธิพลทางตรง ที่ค่าอิทธิพลทางตรงของทั้ง 2 ชุมชน ที่เป็นกรณีศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($p\text{-value} > 0.05$) ขณะที่ผลการทดสอบอิทธิพลของตัวแปร COM (ลักษณะเฉพาะของชุมชน) ที่มีอิทธิพลต่อค่าอิทธิพลทางตรงทั้ง 7 ตัว (คอลัมน์ t-statistic) พบว่า มี 4 กรณี จาก 7 กรณี ที่ค่า $p\text{-value} < 0.10$ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว ลักษณะเฉพาะ

ของชุมชนมีอิทธิพลทำให้ขนาดอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 หรืออาจกล่าวได้ว่า ลักษณะเฉพาะของชุมชน (ตัวแปร COM) เป็นตัวแปรกำกับ (moderator variable) ที่ทำให้ขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรในแบบจำลองมีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 7.6 ผลการตรวจสอบความแตกต่างของเส้นอิทธิพลทางตรงตามลักษณะเฉพาะของ 2 ชุมชน		
เส้นอิทธิพลทางตรง	Wald Test [$\beta_{CK} = \beta_{BS}$]	t-statistic [COM $\rightarrow \beta$]
PERT $\rightarrow$ PCRT	21.234 (p-value = 0.000)	1.218 (p-value = 0.223)
PERT $\rightarrow$ SEN	17.709 (p-value = 0.000)	2.124 (p-value = 0.034)
PCRT $\rightarrow$ SQL	0.225 (p-value = 0.635)	0.561 (p-value = 0.575)
SEN $\rightarrow$ SQL	0.001 (p-value = 0.986)	0.440 (p-value = 0.660)
PCRT $\rightarrow$ SRT	0.178 (p-value = 0.673)	-1.914 (p-value = 0.056)
SEN $\rightarrow$ SRT	5.597 (p-value = 0.018)	-2.252 (p-value = 0.024)
SQL $\rightarrow$ SRT	0.476 (p-value = 0.490)	-2.122 (p-value = 0.034)
ที่มา: จากการคำนวณ หมายเหตุ: 2 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนเชียงคาน และชุมชนบ่อสวก		

จากผลการทดสอบทั้งสองส่วน พบว่า ในภาพรวมสามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 8 (H₈) ได้หมายความว่า โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองในภาพที่ 7.3 แปรเปลี่ยนตามความแตกต่างของชุมชน และลักษณะเฉพาะของชุมชนยังทำให้ขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรในแบบจำลองแตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาวิเคราะห์ในลำดับต่อไปจะแยกวิเคราะห์แบบจำลองออกตามชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา 2 ชุมชน

7.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลอง

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝงตามที่เสนอไว้ในตารางที่ 7.1 ที่เป็นการประยุกต์ใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบขนาดน้ำหนักความสำคัญที่แตกต่างกันของตัวบ่งชี้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงที่เป็นการแสดงให้เห็นในเชิงประจักษ์ถึงขนาดความสำคัญของตัวแปรสังเกต (หรือตัวบ่งชี้) ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงตามที่เสนอไว้ในตารางที่ 7.1

ทั้งนี้ เพื่อเข้าใจถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝง ในที่นี้จึงขอแบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ตามโมเดลการวัดตัวแปรแฝง 5 ตัว (ดูรายละเอียดของตัวแปรสังเกตและตัวแฝงแต่ละตัวในตารางที่ 7.1) ยกเว้น ตัวแปรความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตที่มีจำนวนตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร ซึ่งไม่เหมาะที่จะนำมาทดสอบความเที่ยง (reliability) อย่างไรก็ตาม ตัวแปรทั้งสองสามารถใช้ในการวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้างได้ เนื่องจาก เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรทั้งสองในสมการโครงสร้าง พบว่า ตัวแปรทั้งสองมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากกว่า 0.70 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่เสนอโดย Hair et al. (2010) หมายความว่า ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะนำมาใช้สกัดองค์ประกอบเพื่อวัดความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตได้อย่างมีความเชื่อมั่นในเกณฑ์ที่สูง สำหรับผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝง อีก 5 ตัวแปร สามารถแสดงรายละเอียดพอสังเขปได้ดังต่อไปนี้

7.2.1 มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น

การพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นที่แสดงในตารางที่ 7.7 เริ่มจากการพิจารณา ผลการตรวจสอบความเที่ยงของชุดตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปร ที่บ่งชี้ “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น” พบว่า ค่า Cronbach's alpha และ composite reliability สูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) [0.60 และ 0.70 ตามลำดับ] โดยมีค่ามากกว่า 0.90 แสดงว่าชุดตัวแปรสังเกตดังกล่าวมีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัด “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น” ขณะที่ค่า average variance extracted (AVE) ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าร้อยละ 50 โดยมีค่าสูงกว่าร้อยละ 75 หมายความว่าตัวแปรแฝง (องค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้มากกว่าร้อยละ 75 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010)

สำหรับตัวเลขที่นำเสนอในตารางที่ 7.7 เป็นค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (standardized factor loading scores) ที่ประมาณค่าด้วยวิธี MLR หากตัวแปรสังเกตใดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูง แสดงว่า ตัวแปรดังกล่าวเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญสูงในการบ่งชี้ “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น” ซึ่งจากค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้ (นำค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานหารด้วยค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน) แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่าตัวแปรสังเกตแต่ละตัวสามารถบ่งชี้ตัวแปรแฝงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นหากพิจารณาพร้อมกับผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นที่นำเสนอข้างต้น สรุปได้ว่า โมเดลการวัดตัวแปร “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น” มีความเที่ยงในการวัดมุมมองที่คนท้องถิ่นมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบได้ในทุกชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้

ทั้งนี้ เพื่อความเข้าใจผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่แสดงในตารางที่ 7.7 ขอยกตัวอย่างกรณีชุมชนเชียงคาน ที่ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า “การยอมรับและเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว” เป็นตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.967) แสดงว่า ตัวแปรดังกล่าวเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัดมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนในชุมชนเชียงคาน โดยตัวแปรดังกล่าวประเมินจากการสอบถามความคิดเห็นว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการยอมรับประสบการณ์ทางสังคม ให้ประสบการณ์ที่เพลิดเพลินผ่านการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม-สังคม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ทำให้เกิดการเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น และทำให้นักท่องเที่ยวเคารพวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของจุดหมายปลายทาง

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของชุดตัวแปรสังเกตที่วัด “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น” ที่แสดงในตารางที่ 7.7 พบว่า คนในชุมชนเชียงคานและบ่อสวกมีมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบแตกต่างกัน เนื่องจากตัวบ่งชี้มีขนาดน้ำหนักความสำคัญแตกต่างกัน โดยชุมชนเชียงคานมีตัวแปร “การยอมรับและเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.967) ส่วนชุมชนบ่อสวกมีตัวแปร “การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.947) หมายความว่า ในกรณีของชุมชนเชียงคาน คนท้องถิ่นมองว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการยอมรับและเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ขณะที่คนท้องถิ่นในชุมชนบ่อสวกกลับมองว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ

ตารางที่ 7.7 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชียงคาน	ชุมชนบ่อสวก
1. ประโยชน์ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (PERT1)	0.869* (0.021)	0.803* (0.038)
2. การยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว (PERT2)	0.967* (0.010)	0.917* (0.026)
3. การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (PERT3)	0.917* (0.015)	0.947* (0.016)
4. พฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชม (PERT4)	0.917* (0.015)	0.810* (0.039)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.954	0.925
Composite reliability [> 0.70]	0.955	0.926
Average variance extracted [> 50]	84.30	75.97

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประมาณค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

7.2.2 การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ที่แสดงในตารางที่ 7.8 พบว่า ชุดตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร มีค่า Cronbach's alpha และ composite reliability สูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) โดยมีค่าสูงกว่า 0.95 หมายความว่า ชุดตัวแปรสังเกตดังกล่าวมีความสัมพันธ์เพียงพอสำหรับใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัด “การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน)” ขณะที่ค่า average variance extracted (AVE) ซึ่งมีค่าระหว่างร้อยละ 87-90 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรแฝง (องค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร ได้ประมาณร้อยละ 87-90 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) ขณะที่ค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้ แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้ หากพิจารณาพร้อมกับผลการตรวจสอบความเที่ยงที่นำเสนอข้างต้น สรุปได้ว่า โมเดลการวัดตัวแปร “การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน)” มีความเที่ยงในการวัดการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น ทั้งในกรณีของชุมชนเชียงคาน และชุมชนบ่อสวก

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตที่ใช้วัด “การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน)” พบว่า ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสองชุมชน มีตัวแปรการรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัดถึงการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.943-0.971 โดยตัวแปรดังกล่าวประเมินจากการรับรู้ถึงการดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ และการดูแลในเรื่องความสะอาดและสภาพแวดล้อมของชุมชน

ตารางที่ 7.8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชียงคาน	ชุมชนบ่อสวก
1. การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน (PCRT1)	0.922* (0.017)	0.920* (0.026)
2. การรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยว (PCRT2)	0.971* (0.011)	0.943* (0.015)
3. การรับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม (PCRT3)	0.955* (0.011)	0.940* (0.015)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.958	0.951
Composite reliability [> 0.70]	0.965	0.954
Average variance extracted [> 50]	90.17	87.31

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

7.2.3 การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น

ตารางที่ 7.9 เป็นผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น พบว่า ชุดตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปรที่ใช้วัด “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น” มีค่า Cronbach's alpha และ composite reliability สูงกว่า 0.85 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) หมายความว่า ชุดตัวแปรสังเกตที่ใช้วัด “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น” มีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัดตัวแปรแฝงดังกล่าว ขณะที่ค่า average variance extracted (AVE) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรแฝง (องค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร ได้ประมาณร้อยละ 68-74 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) ขณะที่ค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้หากพิจารณาร่วมกับผลการตรวจสอบความเที่ยงที่นำเสนอข้างต้น สรุปได้ว่า โมเดลการวัดตัวแปร “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น” มีความเที่ยงในการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น ทั้งในกรณีของชุมชนเชียงคานและบ่อสวก

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของชุดตัวแปรสังเกตที่วัด “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น” พบว่า คนท้องถิ่นของชุมชนเชียงคานและบ่อสวกให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมแตกต่างกัน โดยในกรณีของชุมชนเชียงคานมีตัวแปร “ความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคม” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.854) ส่วนชุมชนบ่อสวกมีตัวแปร “ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม” และ “ความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคม” เป็นสองตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.862 เท่ากัน) หมายความว่า ในกรณีของชุมชนเชียงคานการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่นเป็นเรื่องของความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมเป็นสำคัญ ขณะที่ชุมชนบ่อสวกนอกจากคนท้องถิ่นให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวแล้ว ยังให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือด้วย

ตารางที่ 7.9 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชียงคาน	ชุมชนบ่อสวก
1. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม (SEN1)	0.766* (0.044)	0.862* (0.032)
2. ความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม (SEN2)	0.845* (0.042)	0.860* (0.045)
3. ความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคม (SEN3)	0.854* (0.038)	0.862* (0.040)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.859	0.894
Composite reliability [> 0.70]	0.862	0.896
Average variance extracted [> 50]	67.67	74.19

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประมาณค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

7.2.4 การรับรู้ผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของคนท้องถิ่น

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการรับรู้ของคนท้องถิ่นเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (ในชุมชน) ที่แสดงในตารางที่ 7.10 พบว่าค่า Cronbach's alpha และ composite reliability ที่คำนวณได้มีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) โดยมีค่า Cronbach's alpha และ composite reliability สูงกว่า 0.90 หมายความว่า ชุดตัวแปรสังเกตทั้ง 4 ตัวแปร มีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัด “การรับรู้ของคนท้องถิ่นเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (ในชุมชน)” โดยตัวแปรแฝง (หรือ องค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตทั้ง 4 ตัวแปร ได้ประมาณร้อยละ 71-86 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) (พิจารณาค่า average variance extracted) ขณะที่ค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้ แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้หากพิจารณาร่วมกับผลการตรวจสอบความเที่ยงที่นำเสนอข้างต้นสรุปได้ว่า โมเดลการวัดตัวแปร “การรับรู้ผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม” มีความเที่ยงในการวัดตัวแปรดังกล่าวทั้งในกรณีของชุมชนเชียงคานและบ่อสวก

จากการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตที่วัด “การรับรู้ของคนท้องถิ่นเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (ในชุมชน)” พบว่าชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสองชุมชน มีตัวแปรการรับรู้ผลลัพธ์ที่ดีต่อวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัดถึงการรับรู้ของคนท้องถิ่นเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (ในชุมชน) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.948-0.971 โดยตัวแปรดังกล่าวประเมินจากการรับรู้ถึงผลลัพธ์ที่ดีที่ทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น

การอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น และการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดในกรณีชุมชนบ่อสวกมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ใกล้เคียงกัน โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตทั้ง 4 ตัวแปรมากกว่า 0.90 ส่วนโมเดลการวัดในกรณีชุมชนเชียงคานมีตัวบ่งชี้ในเรื่อง ผลลัพธ์ที่ดีต่อคนในชุมชนที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานต่ำที่สุดและต่ำกว่าตัวแปรสังเกตอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.696) โดยตัวแปรดังกล่าวประเมินจากการรับรู้ผลลัพธ์ที่ดีในเรื่อง การพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ให้กับคนท้องถิ่น เช่น การให้บริการการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ฯลฯ การทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การพัฒนาทักษะในการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน และการทำให้คนท้องถิ่นรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน

ตารางที่ 7.10 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการรับรู้ผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชียงคาน	ชุมชนบ่อสวก
1. ผลลัพธ์ที่ดีต่อเศรษฐกิจชุมชน (IMRT1)	0.781* (0.048)	0.931* (0.035)
2. ผลลัพธ์ที่ดีต่อคนในชุมชน (IMRT2)	0.696* (0.057)	0.926* (0.036)
3. ผลลัพธ์ที่ดีต่อวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน (IMRT3)	0.971* (0.014)	0.948* (0.027)
4. ผลลัพธ์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมของชุมชน (IMRT4)	0.899* (0.026)	0.911* (0.034)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.901	0.957
Composite reliability [> 0.70]	0.907	0.973
Average variance extracted [> 50]	71.14	86.32

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

7.2.5 การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด “การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น” ที่แสดงในตารางที่ 7.11 พบว่า ค่า Cronbach's alpha และ composite reliability ที่คำนวณได้มีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) โดยมีค่า Cronbach's alpha ระหว่าง 0.844-0.881 และค่า composite reliability ระหว่าง 0.886-0.901 แสดงว่า ชุดตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัด “การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น” ขณะที่ค่า average variance extracted (AVE) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรแฝง (องค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร ได้ประมาณ

ร้อยละ 66-70 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) ขณะที่ค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้ แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้หากพิจารณาพร้อมกับผลการตรวจสอบความเที่ยงที่นำเสนอข้างต้นสรุปได้ว่า โมเดลการวัด “การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของนักท่องเที่ยว” มีความเที่ยงในการวัดการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของนักท่องเที่ยวทั้งในกรณีของชุมชนเชิงคานและชุมชนบ่อสวก

นอกจากนี้ ผลการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตที่วัด “การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของนักท่องเที่ยว” พบว่าตัวแปร “ยินดีให้ความช่วยเหลือแนะนำนักท่องเที่ยว” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของนักท่องเที่ยวทั้งในกรณีของชุมชนเชิงคานและชุมชนบ่อสวก โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.904-0.928 แสดงว่า ลักษณะพฤติกรรมการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ที่สำคัญของคนท้องถิ่นในชุมชนเชิงคานและชุมชนบ่อสวก ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือแนะนำนักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีโอกาส

ตารางที่ 7.11 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชิงคาน	ชุมชนบ่อสวก
1. ยินดีให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชน (SRT1)	0.812* (0.038)	0.766* (0.060)
2. ยินดีเข้าร่วมการประชุมและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว (SRT2)	0.758* (0.044)	0.702* (0.058)
3. ยินดีให้ความช่วยเหลือแนะนำนักท่องเที่ยว (SRT3)	0.904* (0.036)	0.928* (0.038)
4. ยินดีสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (SRT4)	0.855* (0.031)	0.842* (0.049)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.881	0.844
Composite reliability [> 0.70]	0.901	0.886
Average variance extracted [> 50]	69.55	66.24

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประมวลค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝง สามารถสรุปได้ว่า การยอมรับและเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดมุมมองที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยมีการรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ในขณะที่การมีความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดถึง

การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางสังคมของคนท้องถิ่น สำหรับตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดการรับรู้ของคนท้องถิ่นเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ได้แก่ การที่คนท้องถิ่นรับรู้ถึงผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ในเรื่องของการทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่วนตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดพฤติกรรมการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น ได้แก่ พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือและแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว ทุกครั้งที่มีโอกาส (ดูรายละเอียดในตารางที่ 7.12)

ตารางที่ 7.12 ตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดมุมมอง การรับรู้ ผลลัพธ์ที่ดี และการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น

สิ่งที่ต้องการวัด	ตัวบ่งชี้สำคัญ
1. มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	• การยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว • การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
2. การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน)	• การรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยว
3. การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางสังคม	• ความห่วงใยที่มีต่อผู้อื่นในสังคม
4. การรับรู้ผลลัพธ์ที่ดีจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน)	• การทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน
5. พฤติกรรมสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	• การยินดีให้ความช่วยเหลือและแนะนำนักท่องเที่ยวเมื่อมีโอกาส

ที่มา: สังเคราะห์จากการผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

7.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น

ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการประยุกต์ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation mode: SEM) ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น (ภาพที่ 7.3) โดยประมาณค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองตามภาพที่ 7.3 ด้วย วิธี MLR เพื่อแสดงให้เห็นในเชิงประจักษ์ถึงขนาดอิทธิพลที่แตกต่างกันของตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

คนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยในชุมชนที่แตกต่างกัน และยังทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างให้คุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นดีขึ้น และช่วยกระตุ้นให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อภายในชุมชนของตนเอง

จากผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลโครงสร้างที่นำเสนอในหัวข้อที่ 7.1.4 พบว่า โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองในภาพที่ 7.3 แตกต่างกันตามลักษณะเฉพาะของชุมชน ดังนั้นการศึกษาส่วนนี้จึงแยกการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองในภาพที่ 7.3 ออกตามความแตกต่างของทั้ง 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา (ชุมชนเชียงคาน และชุมชนบ่อสวก)

ทั้งนี้เพื่อให้แบบจำลองในภาพที่ 7.3 กลมกลืน (fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์คนท้องถิ่นที่เป็นชุดตัวอย่างในแต่ละชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา จึงปรับปรุงแบบจำลองด้วยการเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนจากการวัด (measurement error) ของตัวแปรภายนอกและภายใน พบว่า ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนทั้ง 6 ค่า มีค่าภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด ดังแสดงในตารางที่ 7.13

ตารางที่ 7.13 ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน (goodness of fit)

ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน	เกณฑ์การพิจารณา	เชียงคาน	บ่อสวก
1. Chi-square (X^2) (ค่า p-value)	low X^2 and not sig.	115.105 (p = 0.101) ☑	110.480 (p = 0.165) ☑
2. X^2/df	≤ 2.00 (Tabachnick & Fidell, 2007) ≤ 3.00 (Kline, 2005)	1.187 ☑	1.139 ☑
3. RMSEA (90% confidence interval)	≤ 0.07 (Steiger, 2007)	0.031 (0.000, 0.050) ☑	0.027 (0.000, 0.049) ☑
4. SRMR	≤ 0.08 (Hu & Bentler, 1999)	0.042 ☑	0.051 ☑
5. Comparative Fit Index (CFI)	≥ 0.95 (Hu & Bentler, 1999)	0.993 ☑	0.993 ☑
6. Tucker Lewis Index (TLI)	≥ 0.95 (Hu & Bentler, 1999)	0.991 ☑	0.991 ☑

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: RMSEA = root mean square error of approximation, SRMR = standardized root mean square residual

: ☑ หมายถึง ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด และ ☒ หมายถึง ไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

จากข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 7.13 พบว่า ค่าไคสแควร์ (chi-square: X^2) ที่เป็นค่าสถิติสำหรับทดสอบสมมติฐานหลักที่ว่า covariance matrix ของข้อมูลเชิงประจักษ์ (S) เท่ากับ covariance matrix ของแบบจำลอง (Σ) [$H_0: S = \Sigma$] (Hair et al., 2010) มีค่า p-value ที่คำนวณได้มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักดังกล่าว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือกล่าวได้ว่า แบบจำลองกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ขณะที่ดัชนีวัดความกลมกลืนอีก 4 ตัว รวมทั้งค่าสถิติ chi-square ที่ปรับด้วย degree of freedom มีค่าอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ที่แสดงในตารางที่ 7.14 พบว่า ในกรณีของชุมชนเชียงคานไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักแต่ละสมมติฐานได้ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 หมายความว่า มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นมีเฉพาะอิทธิพลทางอ้อมต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตและการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น โดยมีการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่นเป็นสองตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญในการส่งผ่านอิทธิพลจากตัวแปรดังกล่าวไปยังความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตและการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น ขณะที่การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่นเป็นตัวแปรที่มีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นโดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตเป็นตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญในการส่งผ่านอิทธิพลจากตัวแปรทั้งสองไปยังการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น

ตารางที่ 7.14 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ชุมชนเชียงคาน	ชุมชนบ่อสวก
H_1 : PERT $\rightarrow$ PCRT	✓	✓
H_2 : PERT $\rightarrow$ SEN	✓	✓
H_3 : PCRT $\rightarrow$ SQL	✓	✓
H_4 : SEN $\rightarrow$ SQL	✓	✓
H_5 : PCRT $\rightarrow$ SRT	✓	✓
H_6 : SEN $\rightarrow$ SRT	✓	×
H_7 : SQL $\rightarrow$ SRT	*	*
รวมสมมติฐานที่ยอมรับ	7	6

หมายเหตุ: PERT คือ มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ, PCRT คือ การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ, SEN คือ การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม, SQL คือ ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต และ SRT คือ การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

✓ หมายถึง ยอมรับสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วน * หมายถึง ยอมรับสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 สำหรับ X หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

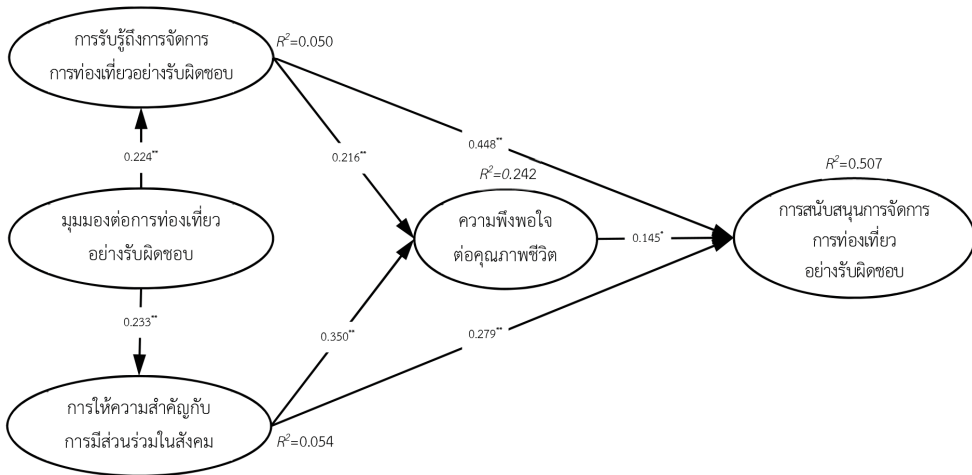
ส่วนในกรณีของชุมชนบ่อสวก พบว่า สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักเพียงสมมติฐานเดียว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ได้แก่ สมมติฐานที่ 6 ที่เป็นการทดสอบอิทธิพลทางตรงของตัวแปรการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมที่มีต่อการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่น ($H_6: SEN \rightarrow SRT$) หมายความว่า การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมมีเฉพาะอิทธิพลทางอ้อมต่อการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น โดยมีความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตเป็นตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (squared multiple correlations: R^2) พบว่า ชุดตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายตัวแปรตามภายในแบบจำลองได้แตกต่างกันระหว่างกรณีของชุมชนเชียงคานและบ่อสวก โดยในกรณีของชุมชนเชียงคาน ชุดตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นได้มากที่สุดถึงร้อยละ 50.7 รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต ประมาณร้อยละ 24.2 ส่วนการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นเป็นสองตัวแปรตาม que ความคิดเห็นต่อมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นสามารถอธิบายความแปรปรวนได้น้อยที่สุดเพียงประมาณร้อยละ 5 (ดูรายละเอียดในภาพที่ 7.4) ซึ่งแตกต่างจากกรณีของชุมชนบ่อสวกที่ตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรทั้งสองได้สูงถึงร้อยละ 29.5 และ 29.3 ตามลำดับ ขณะที่ชุดตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นได้น้อยที่สุดประมาณร้อยละ 19.0 ส่วนความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นเป็นตัวแปรตามที่สุดตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนได้สูงสุดประมาณร้อยละ 36.3 (ดูรายละเอียดในภาพที่ 7.5)

จากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นทั้งในกรณีของชุมชนเชียงคาน และชุมชนบ่อสวก ด้วยวิธี MLR ที่แสดงในภาพที่ 7.4 และภาพที่ 7.5 พบว่า

1) ในกรณีของชุมชนเชียงคาน ตัวแปรการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 3 ตัวแปร โดยได้รับอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นมากที่สุด (มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.448) รองลงมาได้แก่ การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.279 และ 0.145 ตามลำดับ ส่วนกรณีของชุมชนบ่อสวกพบว่า การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นยังคงเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นมากที่สุด เช่นเดียวกัน (มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.302) รองลงมาได้แก่ ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต ที่มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.192 ส่วนการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

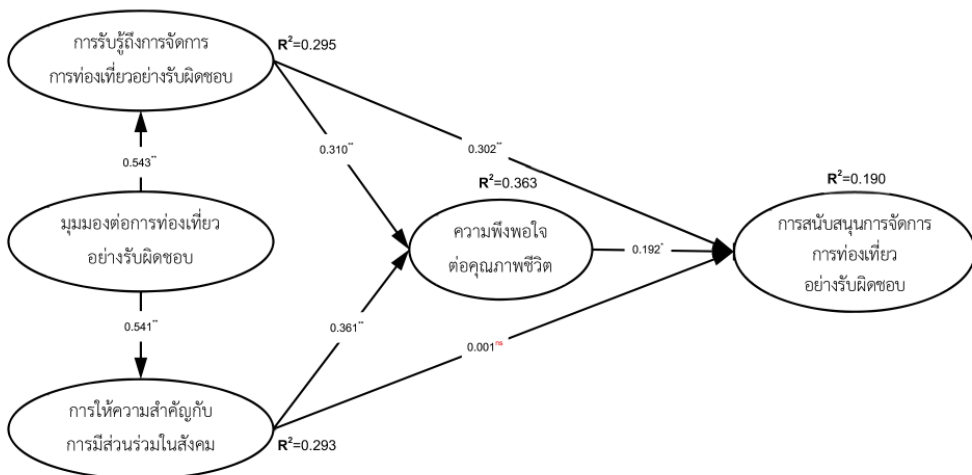
ภาพที่ 7.4 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นในชุมชนเชียงคาน



ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: $\chi^2 = 115.105$ (p-value = 0.101); $\chi^2/df = 1.187$, root mean square error of approximation (RMSEA) = 0.031; standardized root mean square residual (SRMR) = 0.042; comparative fit index (CFI) = 0.993; Tucker-Lewis index (TLI) = 0.991 **, * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ

ภาพที่ 7.5 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นในชุมชนบ่อสวก



ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: $\chi^2 = 110.480$ (p-value = 0.165); $\chi^2/df = 1.139$, root mean square error of approximation (RMSEA) = 0.027; standardized root mean square residual (SRMR) = 0.051; comparative fit index (CFI) = 0.993; Tucker-Lewis index (TLI) = 0.991; **, * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ ส่วน ns = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

2) ตัวแปรความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 2 ตัวแปร โดยทั้งในกรณีของชุมชนเชียงคานและชุมชนบ่อสวกต่างให้ผลลัพธ์ที่สอดคล้องกันว่า การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่นเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นมากกว่าการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.350 และ 0.216 ตามลำดับ สำหรับกรณีชุมชนเชียงคาน และมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.361 และ 0.310 ตามลำดับ สำหรับกรณีชุมชนบ่อสวก และเป็นที่น่าสนใจว่า กรณีของชุมชนเชียงคานตัวแปรทั้งสองจะมีขนาดของอิทธิพลทางตรงที่แตกต่างกันมากกว่ากรณีของชุมชนบ่อสวก

3) ตัวแปรมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นเป็นตัวแปรเดียวที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น โดยมีความแตกต่างของขนาดอิทธิพลที่แตกต่างกันระหว่างชุมชนเชียงคานและชุมชนบ่อสวก กล่าวคือ ในกรณีของชุมชนเชียงคาน มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นมีอิทธิพลทางตรงต่อการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่นมากกว่าการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของคนท้องถิ่น (มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.233 และ 0.224 ตามลำดับ) ส่วนในกรณีของชุมชนบ่อสวก มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นมีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นมากกว่าการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่นเพียงเล็กน้อย (มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.543 และ 0.541 ตามลำดับ)

ตารางที่ 7.15 เป็นผลการประมาณค่าขนาดอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมที่ตัวแปรในแบบจำลองมีต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต และการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่น ซึ่งพบว่า ตัวแปรในแบบจำลองทั้งหมดมีทิศทางของอิทธิพลในทิศทางบวก หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นของตัวแปรเหล่านี้ เช่น การที่คนท้องถิ่นมีมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบดีขึ้น การให้ข้อมูลจนทำให้คนท้องถิ่นรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น และการกระตุ้นให้คนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมมากขึ้น ต่างก็มีผลทำให้คนท้องถิ่นมีความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตเพิ่มขึ้น และยังทำให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นเพิ่มขึ้นด้วย ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตก็มีผลทำให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคนท้องถิ่นเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 7.15 ขนาดของอิทธิพลที่ตัวแปรต่างๆ มีผลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตและการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น

ตัวแปร	ชุมชนเชียงคาน			ชุมชนบ่อสวก		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต						
1. มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	-	0.130**	0.130**	-	0.439**	0.439**
2. การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	0.216**	-	0.216**	0.201**	-	0.201**
3. การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม	0.350**	-	0.350**	0.397**	-	0.397**
ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R ²)		0.242		0.363		
การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ						
1. มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	-	0.184**	0.184**	-	0.176**	0.176**
2. การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	0.448**	0.031 ^{ns}	0.479**	0.146**	0.024*	0.122**
3. การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม	0.279**	0.051 ^{ns}	0.330**	0.001 ^{ns}	0.047 ^{ns}	0.048 ^{ns}
4. ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต	0.145*	-	0.145*	0.119*	-	0.119*
ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R ²)		0.507		0.190		

ที่มา: จากการคำนวณ
หมายเหตุ: DE คือ อิทธิพลทางตรง, IE คือ อิทธิพลทางอ้อม และ TE คือ อิทธิพลรวม
: **, * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ ส่วน ns = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบขนาดอิทธิพล พบว่า ชุดตัวแปรในแบบจำลองของทั้งสองกรณีศึกษามีลำดับของขนาดอิทธิพลรวมแตกต่างกัน โดยในกรณีของชุมชนเชียงคาน การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่นเป็นตัวแปรที่มีขนาดอิทธิพลรวมต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นมากที่สุด (มีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.350) ซึ่งสูงกว่าขนาดอิทธิพลรวมของตัวแปรมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นประมาณ 2.7 และ 1.6 เท่า ตามลำดับ ขณะที่การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นจะได้รับอิทธิพลรวมจากการที่คนท้องถิ่นรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นมากที่สุด (มีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.479) ซึ่งสูงกว่าตัวแปรการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่นและมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นประมาณ 2.6 และ 1.5 เท่า ตามลำดับ และยิ่งสูงกว่าความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นที่มีเฉพาะอิทธิพลทางตรงต่อการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นถึง 3.3 เท่า (ดูรายละเอียดในตารางที่ 7.15 คอลัมน์ชุมชนเชียงคาน)

ส่วนในกรณีของชุมชนบ่อสวก พบว่า มุมมองของคนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นมากที่สุด (มีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.439) ซึ่งสูงกว่าขนาดอิทธิพลรวมของตัวแปรการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่น และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นประมาณ 2.2 และ 1.0 เท่า ตามลำดับ ขณะที่การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นจะได้รับอิทธิพลรวมจากตัวแปรมุมมองของคนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นมากที่สุดเช่นเดียวกัน โดยมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.176 ซึ่งสูงกว่าขนาดอิทธิพลของตัวแปรการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น และความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นประมาณ 1.4 และ 1.5 เท่า ตามลำดับ สำหรับตัวแปรการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของคนท้องถิ่นเป็นตัวแปรเดียวที่มีทั้งอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมต่อการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 (ดูรายละเอียดในตารางที่ 7.15 คอลัมน์ชุมชนบ่อสวก)

ผลลัพธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสองกรณี ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่ต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น และการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การที่คนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมโดยเฉพาะในเรื่องของความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น สำหรับการกระตุ้นให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นตนเองควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลกับคนท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น

7.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น

จากแบบจำลองปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจในชีวิตที่เป็นสมการ reduced form ที่นำเสนอในบทที่ 1 ถูกนำมาเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานในการกำหนดชุดตัวแปรที่คาดว่าจะใช้พัฒนาแบบจำลองสำหรับในการศึกษาส่วนนี้ ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดและคำอธิบายตัวแปรแต่ละตัวได้พอสังเขป ดังแสดงในตารางที่ 7.16

ตารางที่ 7.16 ตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของนักท่องเที่ยว

ตัวแปร	สัญลักษณ์	คำอธิบายตัวแปร
ความพึงพอใจในชีวิต	LS	ระดับคะแนนการประเมินความพึงพอใจในชีวิต พ.ศ. 2562 (1 คือ พึงพอใจน้อยที่สุด และ 5 คือ พึงพอใจมากที่สุด)
รายได้ต่อเดือน (บาท/คน/เดือน)	Inc	เป็นค่ากลางของระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนก่อนหักภาษี แบ่งเป็น 10 ช่วงระดับรายได้ โดยมีช่วงห่างในแต่ละช่วง 5,000 บาท ส่วนกรณีที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท หรือ สูงกว่า 50,000 บาท ใช้รายได้ที่ระบุมา
อายุ (ปี)	Age	อายุ
เพศ	Gen	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = เพศหญิง, 0 = อื่นๆ
การศึกษา (ปี)	Edu	จำนวนปีที่ได้รับการศึกษา
อาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	DOCC1	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ, 0 = อื่นๆ
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/โรงงาน	DOCC2	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = พนักงานบริษัทเอกชน/โรงงาน, 0 = อื่นๆ
อาชีพนักธุรกิจ	DOCC3	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = นักธุรกิจ, 0 = อื่นๆ
ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	DOCCT	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น พ.ศ. 2562, 0 = อื่นๆ
มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	DPTM	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น พ.ศ. 2562, 0 = อื่นๆ
จำนวนการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น (ครั้ง/ปี)	NPTM	จำนวนครั้งในการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น พ.ศ. 2562
เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	DPAT	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น พ.ศ. 2562, 0 = อื่นๆ
จำนวนการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	NPAT	จำนวนครั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น พ.ศ. 2562
รับรู้ถึงการดำเนินงานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	DPCRT1	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการรับรู้ถึงการดำเนินงานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ
รับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	DPCRT2	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการรับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ
รับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	DPCRT3	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการรับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ
มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคมสูงกว่าคนทั่วไป	DSEN1	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคมสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ
มีความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมสูงกว่าคนทั่วไป	DSEN2	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ

ตารางที่ 7.16 (ต่อ)

ตัวแปร	สัญลักษณ์	คำอธิบายตัวแปร
มีความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมสูงกว่าคนทั่วไป	DSEN3	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ
ยินดีให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชนสูงกว่าคนทั่วไป	DSRT1	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีความยินดีให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชนสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ
ยินดีเข้าร่วมการประชุมและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสูงกว่าคนทั่วไป	DSRT2	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีความยินดีเข้าร่วมการประชุมและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ
ยินดีให้ความช่วยเหลือแนะนำนักท่องเที่ยวสูงกว่าคนทั่วไป	DSRT3	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีความยินดีให้ความช่วยเหลือแนะนำนักท่องเที่ยวสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ
ยินดีสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	DSRT4	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีความยินดีสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ

ตารางที่ 7.17 เป็นค่าสถิติพรรณนาของตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในการพัฒนาแบบจำลอง ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างรวมทั้งหมด 344 ตัวอย่าง แบ่งเป็นตัวอย่างที่เป็นกรณีของชุมชนเชิงคน 174 ตัวอย่าง และชุมชนบ่อสวก 170 ตัวอย่าง โดยตัวแปรที่เป็นข้อมูลต่อเนื่องทั้งหมดมีการแจกแจงแบบปกติอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนตัวแปรหุ่นที่เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ซึ่งส่วนใหญ่เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่นมีการแจกแจงสัดส่วนที่สามารถใช้ในการพัฒนาแบบจำลองได้ โดยในภาพรวมของชุดตัวอย่างทั้งหมดพบว่า คนท้องถิ่นมีความพึงพอใจในชีวิตเฉลี่ยประมาณ 3.20 (พึงพอใจมาก) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 15,600 บาท/เดือน มีการศึกษาอย่างน้อยระดับมัธยมศึกษา และมีการประกอบอาชีพหรือมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเพียงส่วนน้อยเท่านั้น (ประมาณร้อยละ 27 และ 16 ตามลำดับ) แต่กว่าร้อยละ 73 จะเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ทั้งนี้ ตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งจะมีการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่น มีการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป (พิจารณาเทียบกับค่าเฉลี่ยของตัวอย่าง)

ตารางที่ 7.17 ค่าสถิติพรรณนาของตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในแบบจำลองปัจจัยที่อธิบายความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น

n = 344 (เชียงคน n = 174, บ่อสวก n = 170)						
ตัวแปร	สัญลักษณ์	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Jarque-Bera
ความพึงพอใจในชีวิต	LS	1	5	3.20	1.36	23.02*
รายได้ต่อเดือน (บาท/คน/เดือน)	Inc	1,000	100,000	15,610	11,218	> 1,000*
อายุ (ปี)	Age	18	65	46	11.96	25.5*
เพศ	Gen	0	1	0 = 54.76%, 1 = 45.24%		
การศึกษา (ปี)	Edu	6	18	12	3.99	27.76*

ตารางที่ 7.17 (ต่อ)

n = 344 (เซียงคาน n = 174, บ่อสวก n = 170)						
ตัวแปร	สัญลักษณ์	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Jarque-Bera
อาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ	DOCC1	0	1	0 = 84.58%, 1 = 15.42%		
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/โรงงาน	DOCC2	0	1	0 = 94.86%, 1 = 5.14%		
อาชีพนักธุรกิจ	DOCC3	0	1	0 = 68.89%, 1 = 31.11%		
ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	DOCCT	0	1	0 = 72.75%, 1 = 27.25%		
มีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	DPTM	0	1	0 = 83.80%, 1 = 16.20 %		
จำนวนการมีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยวในท้องถิ่น (ครั้ง/ปี)	NPTM	0	15	1	1.82	> 1,000*
เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	DPAT	0	1	0 = 26.74%, 1 = 73.26%		
จำนวนการเข้าร่วมกิจกรรมการ ท่องเที่ยวในท้องถิ่น	NPAT	0	12	2	2.13	> 1,000*
รับรู้ถึงการดำเนินงานของ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ในท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	DPCRT1	0	1	0 = 43.70%, 1 = 56.30%		
รับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่าง รับผิดชอบในท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	DPCRT2	0	1	0 = 40.36%, 1 = 59.64%		
รับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชน มีส่วนร่วมกับการจัดการ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ในท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	DPCRT3	0	1	0 = 44.99%, 1 = 55.01%		
มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือ สังคมสูงกว่าคนทั่วไป	DSEN1	0	1	0 = 48.84%, 1 = 51.16%		
มีความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม สูงกว่าคนทั่วไป	DSEN2	0	1	0 = 42.93%, 1 = 57.07%		
มีความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคม สูงกว่าคนทั่วไป	DSEN3	0	1	0 = 47.81%, 1 = 52.19%		
ยินดีให้ความร่วมมือและปฏิบัติตาม ข้อตกลงของชุมชนสูงกว่าคนทั่วไป	DSRT1	0	1	0 = 38.05%, 1 = 61.95%		
ยินดีเข้าร่วมการประชุมและกิจกรรมที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสูงกว่าคนทั่วไป	DSRT2	0	1	0 = 48.07%, 1 = 51.93%		
ยินดีให้ความช่วยเหลือแนะนำ นักท่องเที่ยวสูงกว่าคนทั่วไป	DSRT3	0	1	0 = 48.07%, 1 = 51.93%		
ยินดีสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	DSRT4	0	1	0 = 44.99%, 1 = 55.01%		

ที่มา: จากการคำนวณ
หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เนื่องจาก ตัวแปรตามในแบบจำลองเป็นตัวแปรที่มีมาตรวัดแบบเรียงลำดับ (ordinal scale) ที่มีระดับคะแนนระหว่าง 1-5 ดังนั้นเพื่อให้แบบจำลองที่พัฒนามีความเหมาะสมกับคุณลักษณะของตัวแปรตาม จึงได้พัฒนาแบบจำลองในเบื้องต้นเพื่อตรวจสอบความเหมาะสม 3 แบบจำลอง ประกอบด้วย tobit model, order probit model และ order logit model ซึ่งจากการพิจารณา ค่าสถิติการตัดสินใจที่แสดงในตารางที่ 7.18 พบว่า แบบจำลอง order logit เป็นแบบจำลองที่มีค่าสถิติการตัดสินใจในภาพรวมที่ดีที่สุด หมายความว่า แบบจำลอง order logit มีความเหมาะสมและกลมกลืน (fit) กับข้อมูลที่น่ามาใช้ในการพัฒนาแบบจำลองมากที่สุด โดยตัวแปรตาม (ความพึงพอใจในชีวิต) มีมาตรวัดแบบเรียงลำดับในลักษณะของการแจกแจงแบบโลจิสติกส์ (logistic distribution) ดังนั้น จึงเลือกแบบจำลองดังกล่าวมาใช้ในการศึกษา

ตารางที่ 7.18 ค่าสถิติการตัดสินใจสำหรับพิจารณาเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม

ค่าสถิติ	เกณฑ์การตัดสินใจ	Tobit model	Order probit model	Order logit model
Log-likelihood	ยิ่งน้อยยิ่งดี	-510.175	-457.257	-455.515
Pseudo R ²	ยิ่งมากยิ่งดี	0.144	0.164	0.167
AIC	ยิ่งน้อยยิ่งดี	1,066.350	954.513	961.030
BIC	ยิ่งน้อยยิ่งดี	1,154.684	1,060.529	1,057.046
Prediction accuracy	ยิ่งมากยิ่งดี	-	38%	40%

ที่มา: จากการคำนวณ

แบบจำลอง order logit ถูกประยุกต์ใช้วิเคราะห์สัมพันธระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น โดยการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของฟังก์ชันความน่าจะเป็น (probability function) ด้วยวิธีภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimates: MLE) ซึ่งผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ที่แสดงในตารางที่ 7.19 พบว่า สามารถละตัวแปรอิสระบางตัวออกจากแบบจำลองได้ (ดูผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ได้ในคอลัมน์ unrestricted) จึงทดสอบด้วย Wald test ภายใต้สมมติฐานหลักที่ว่า

$$\begin{aligned}
 H_0: \quad & \alpha_{\text{Age}} = 0, \alpha_{\text{Gen}} = 0, \alpha_{\text{Edu}} = 0, \alpha_{\text{DOCC1}} = 0, \alpha_{\text{DOCC3}} = 0, \\
 & \alpha_{\text{DOCC2}} = 0, \alpha_{\text{NPTM}} = 0, \alpha_{\text{NPAT}} = 0, \alpha_{\text{DPCRT1}} = 0, \alpha_{\text{DPCRT3}} = 0, \\
 & \alpha_{\text{DSRN1}} = 0, \alpha_{\text{DSRN2}} = 0, \alpha_{\text{DSRT1}} = 0, \alpha_{\text{DSRT2}} = 0, \alpha_{\text{DSRT3}} = 0
 \end{aligned}$$

จากการทดสอบสมมติฐานหลักข้างต้นพบว่า ค่า chi-squared (แถวบน Wald test) มีค่า p-value ต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 จึงยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ชุดของ

ค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวมีค่าเท่ากับศูนย์ ดังนั้นจึงประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองใหม่ โดยละทิ้งตัวแปรอิสระตามสมมติฐานหลักข้างต้น (เรียกว่าแบบจำลอง restricted) แบบจำลอง restricted มีค่าสถิติการตัดสินใจที่แตกต่างจากแบบจำลอง unrestricted เล็กน้อย โดยมีค่า Pseudo R^2 และความแม่นยำในการพยากรณ์ลดลงเล็กน้อยอย่างไม่มีนัยสำคัญ และตัวแปรอิสระในแบบจำลอง ยังคงมีทิศทางความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกัน

โดยการที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น มีการรับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป มีการรับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป มีความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมสูงกว่าคนทั่วไป และมีความยินดีในการสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป ยังคงเป็นชุดตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ดูรายละเอียดในตารางที่ 7.19)

ตารางที่ 7.19 ค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่น

ตัวแปร	สัญลักษณ์ ของตัวแปร	Unrestricted		Restricted	
		coefficients	t-statistic	coefficients	t-statistic
รายได้ต่อเดือน (บาท/คน/เดือน)	β	1.026	4.514***	0.960	5.419***
อายุ (ปี)	α_{Age}	-0.001	-0.083	-	-
เพศ	α_{Gen}	-0.097	-0.459	-	-
การศึกษา (ปี)	α_{Edu}	-0.016	-0.405	-	-
อาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/ รัฐวิสาหกิจ	α_{DOCC1}	-0.113	-0.298	-	-
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/โรงงาน	α_{DOCC2}	-0.848	-2.030**	-0.872	-2.450**
อาชีพนักธุรกิจ	α_{DOCC3}	0.130	0.481	-	-
ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	α_{DOCC4}	-0.391	-1.217	-	-
มีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	α_{DPTM}	1.484	2.753***	1.199	3.357***
จำนวนการมีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยวในท้องถิ่น (ครั้ง/ปี)	α_{NPTM}	0.008	0.050	-	-
เข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวในท้องถิ่น	α_{DPAT}	0.140	0.488	-	-
จำนวนการเข้าร่วมกิจกรรม การท่องเที่ยวในท้องถิ่น (ครั้ง/ปี)	α_{NPAT}	-0.078	-1.048	-	-

ตารางที่ 7.19 (ต่อ)

ตัวแปร	สัญลักษณ์ ของตัวแปร	Unrestricted		Restricted	
		coefficients	t-statistic	coefficients	t-statistic
รับรู้ถึงการดำเนินงานของ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ นักท่องเที่ยว	α_{DPCRT1}	-0.069	-0.176	-	-
รับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่าง รับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว	α_{DPCRT2}	0.794	2.113**	0.721	2.803***
รับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชน มีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยว อย่างรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว	α_{DPCRT3}	0.730	2.270**	0.746	2.671***
มีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม สูงกว่าคนทั่วไป	α_{DSEN1}	0.312	1.010	-	-
มีความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม สูงกว่าคนทั่วไป	α_{DSEN2}	0.154	0.548	-	-
มีความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมสูงกว่า คนทั่วไป	α_{DSEN3}	0.460	1.491	0.647	2.577**
ยินดีให้ความร่วมมือและปฏิบัติตาม ข้อตกลงของชุมชนสูงกว่าคนทั่วไป	α_{DSRT1}	-0.075	-0.306	-	-
ยินดีเข้าร่วมการประชุมและกิจกรรมที่ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวสูงกว่าคนทั่วไป	α_{DSRT2}	0.324	1.094	-	-
ยินดีให้ความช่วยเหลือแนะนำ นักท่องเที่ยวสูงกว่าคนทั่วไป	α_{DSRT3}	-0.284	-0.712	-	-
ยินดีสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	α_{DSRT4}	0.645	1.797*	0.606	2.658***
Thresholds 1	τ^1	8.858	4.643***	8.468	5.109***
Thresholds 2	τ^2	10.004	5.229***	9.604	5.771***
Thresholds 3	τ^3	11.490	5.932***	11.061	6.546***
Thresholds 4	τ^4	12.966	6.550***	12.504	7.237***
Log-likelihood		-454.560		-458.706	
AIC (Akaike information criterion)		961.120		939.413	
Pseudo R ²		0.169		0.161	
Prediction accuracy		39%		38%	
Wald test		9.96 (p-value = 0.822)		-	
จำนวนตัวอย่าง		344 ($n_1 = 15.99\%$, $n_2 = 14.53\%$, $n_3 = 23.26\%$, $n_4 = 22.67\%$, $n_5 = 23.55\%$)			
ที่มา: จากการคำนวณ หมายเหตุ: *** ** * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ					

ตารางที่ 7.20 เป็นผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของทั้งกรณีชุมชนเชียงคาน และชุมชนบ่อสวก พบว่า แบบจำลองในกรณีชุมชนเชียงคานมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากกว่า และมีค่า Pseudo R^2 สูงกว่าเล็กน้อย รวมทั้งยังสามารถทำนายได้แม่นยำกว่าเล็กน้อย (แม่นยำกว่าประมาณ 3%) อย่างไรก็ตาม ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้ยังคงมีทิศทางความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกันระหว่าง ในกรณีชุมชนเชียงคานและชุมชนบ่อสวก แต่มีขนาดของค่าสัมประสิทธิ์ที่แตกต่างกัน โดยในกรณี ของชุมชนเชียงคาน พบว่า การที่คนท้องถิ่นรับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม กับ การจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไปมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิต อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 สำหรับในกรณีของชุมชนบ่อสวกพบว่า การที่คนท้องถิ่นมีส่วนร่วม ในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น มีความหวังโยต่อผู้อื่นในสังคมสูงกว่าคนทั่วไป และมีความยินดี ในการสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป เป็นชุดตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อ ความพึงพอใจในชีวิตอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

เมื่อนำค่า marginal effect ที่ประมาณค่าได้ (เฉพาะที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10) ไปประเมินราคาเงา (shadow price) ภายใต้แนวคิด life satisfaction approach (LSA) ดังที่แสดงในตารางที่ 7.21 ทั้งนี้ เพื่อความเข้าใจผลการประเมิน ดังกล่าวจึงขอยกตัวอย่างในกรณีของชุมชนเชียงคาน ซึ่งจากผลการประเมินราคาเงาพบว่า การที่ คนท้องถิ่นคนหนึ่งไม่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นต้องการการชดเชยด้วย รายได้ประมาณ 10,300 บาท/คน/เดือน เพื่อให้ความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่นคนนั้น เท่ากับ คนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น หรืออาจกล่าวได้ว่า ราคาเงาของ การที่คนท้องถิ่นของชุมชนเชียงคานได้มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีค่าประมาณ 10,300 บาท/คน/เดือน ซึ่งจากการสำรวจพบว่า พ.ศ. 2562 ผู้ตอบประมาณร้อยละ 20 มีส่วนร่วม ในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยส่วนใหญ่มีส่วนร่วมประมาณ 4 ครั้ง/ปี

ผลการประเมินราคาเงาในตารางที่ 7.21 แสดงให้เห็นว่า การจัดการการท่องเที่ยว อย่างรับผิดชอบในชุมชนเชียงคานและชุมชนบ่อสวกมีราคาเงาที่แตกต่างกันตามผลที่ทำให้ คนท้องถิ่นของทั้งสองชุมชนมีความพึงพอใจในชีวิตเพิ่มขึ้นแตกต่างกัน โดยในกรณีของชุมชน เชียงคาน พบว่า การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของคนท้องถิ่น ความยินดี ในการสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป ความหวังโยที่มีต่อผู้อื่น ในสังคมสูงกว่าคนทั่วไป และการรับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่น สูงกว่าคนทั่วไป มีราคาเงาประมาณ 10,300 9,800 9,600 และ 8,500 บาท/คน/เดือน ตามลำดับ ส่วนในกรณีของชุมชนบ่อสวกพบว่า การที่คนท้องถิ่นรับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม กับ การจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป และการรับรู้ถึงการดูแล แหล่งท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไปมีราคาเงาประมาณ 11,800 และ 9,200 บาท/คน/เดือน ตามลำดับ ■

ตารางที่ 7.20 ค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนท้องถิ่นใน 2 ชุมชน

ตัวแปร	สัญลักษณ์ ของตัวแปร	เชิงคำนวณ		บ่อสวน	
		coefficients	t-statistic	coefficients	t-statistic
รายได้ต่อเดือน (บาท/คน/เดือน)	β	1.053	3.496***	1.014	3.854***
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/โรงงาน	α_{DOCC2}	-1.079	-2.203**	-0.610	-0.926
มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ในท้องถิ่น	α_{DPTM}	1.566	3.206***	0.886	1.627
รับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่าง รับผิดชอบต่อท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	α_{DPCRT2}	0.734	2.143**	0.831	2.340***
รับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมี ส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยว อย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่นสูงกว่า คนทั่วไป	α_{DPCRT3}	0.123	0.332	1.278	3.637***
มีความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมสูงกว่า คนทั่วไป	α_{DSEN3}	0.956	2.602**	0.402	1.161
ยินดีสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	α_{DSRT4}	0.994	2.939***	0.1004	0.312
Thresholds 1	τ^1	11.614	3.663***	9.084	3.861***
Thresholds 2	τ^2	13.347	3.668***	9.765	4.113***
$H_0: \tau^2 > \tau^1$	μ_1	1.733	9.155***	0.613	4.256***
Thresholds 3	τ^3	14.884	3.726***	11.240	4.684***
$H_0: \tau^3 > \tau^1$	μ_3	3.270	18.031***	2.156	12.096***
Thresholds 4	τ^4	16.107	3.764***	12.968	5.223***
$H_0: \tau^4 > \tau^1$	μ_4	4.493	19.911***	3.885	16.162***
Log-likelihood		-223.975		-220.628	
AIC (Akaike information criterion)		469.942		463.256	
Pseudo R^2		0.175		0.166	
Prediction accuracy		42%		39%	
จำนวนตัวอย่าง		174 ($n_1 = 9.77\%$, $n_2 = 20.11\%$, $n_3 = 24.14\%$, $n_4 = 18.39\%$, $n_5 = 27.54\%$)		170 ($n_1 = 22.35\%$, $n_2 = 8.82\%$, $n_3 = 22.35\%$, $n_4 = 27.06\%$, $n_5 = 19.41\%$)	

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ***, **, * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 7.21 ผลการประเมินราคาเงาของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่น

ตัวแปร	ราคาเงา (บาท/คน/เดือน)		
	ชุมชนเชียงคาน	ชุมชนบ่อสวก	รวมทั้งหมด
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท/คน/เดือน)	19,600	11,500	15,600
การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	10,300	-	9,500
การรับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	8,500	9,200	8,800
การรับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	-	11,800	8,800
การมีความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมสูงกว่าคนทั่วไป	9,600	-	7,800
ความยินดีสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นสูงกว่าคนทั่วไป	9,800	-	7,600
ที่มา: จากการคำนวณ			

บทที่ 8

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม ที่รับผิดชอบและการเลือก จุดหมายปลายทางของ ผู้เยี่ยมชม

บทนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์เพื่อค้นหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทาง 2 แห่ง ที่เป็นกรณีศึกษา ได้แก่ ชุมชนเชียงคาน และชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต ที่มีสิ่งดึงดูดใจและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน คือ ความเป็นเมืองเก่าที่ยังคงมีการรักษาและอนุรักษ์สถาปัตยกรรมของที่พักอาศัยให้มีความดั้งเดิม ซึ่งผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่จะนิยมเดินเยี่ยมชมความเป็นเมืองและ/อาคารเก่าเหมือนกันทั้งสองแห่ง รวมถึงการมีถนนคนเดินให้ผู้มาเยือนได้เดินชมหรือซื้อของ โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าวจะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่สามารถทำนายพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมและการเลือกจุดหมายปลายทางทั้งสอง รวมถึงการตรวจสอบว่าผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางทั้ง 2 แห่ง มีโครงสร้างและขนาดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางที่เหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร เมื่อจุดหมายปลายทางมีสิ่งดึงดูดใจและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน แต่ผู้เยี่ยมชมอาจมีคุณลักษณะที่ซ่อนเร้น และการเติมเต็มความต้องการของตนเองจากการเลือกจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน เช่น ความแตกต่างในด้านฐานะทางเศรษฐกิจและสังคม รสนิยมและความชอบ รวมทั้งตัวแปรเชิงพฤติกรรมที่ซ่อนเร้นอย่างเช่น รูปแบบการดำเนินชีวิต (lifestyle) เป็นต้น

การนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนแรก เป็นการนำเสนอระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม ซึ่งประกอบด้วย การคัดเลือกและการกำหนดตัวแปร การพัฒนาแบบจำลอง และการตรวจสอบคุณลักษณะของข้อมูลที่ใช้ใน

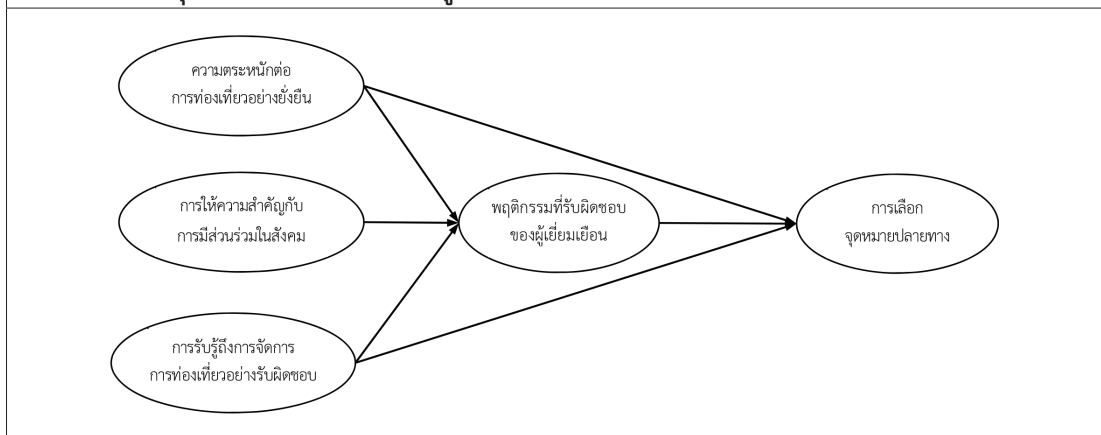
การพัฒนาแบบจำลอง สำหรับส่วนที่สอง เป็นผลการศึกษาและผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) ของโมเดลการวัดของตัวแปรแฝงในแบบจำลอง ก่อนที่จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม และการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมที่เป็นผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) ในส่วนที่สาม สำหรับส่วนสุดท้ายเป็นผลการวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จากแบบจำลองมาใช้ประเมินราคาเงาของการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การใช้บริการที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่มของคนในชุมชน การเดินเยี่ยมชมหรือซื้อของในถนนคนเดิน การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน การร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน เป็นต้น โดยมีรายละเอียดในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

8.1 กรอบแนวคิด ตัวแปร แบบจำลอง และสมมติฐาน

8.1.1 กรอบแนวคิดในการพัฒนาแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

กรอบแนวคิดสำหรับพัฒนาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมถูกพัฒนามาบนพื้นฐานของสารสนเทศที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยสามารถแสดงกรอบแนวคิดดังกล่าวได้ดังนี้

ภาพที่ 8.1 กรอบแนวคิดความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม



จากกรอบแนวคิดในภาพที่ 8.1 มีตัวแปรทั้งหมด 5 ตัวแปร ซึ่งมีนิยามเชิงปฏิบัติการพอสังเขป ดังนี้

ตัวแปรที่ 1: ความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง ความรู้สึกของผู้เยี่ยมชมเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่าและเหมาะสม และรับผิดชอบต่อผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในประเด็นของสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรที่ 2: การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม หมายถึง การที่ผู้เยี่ยมชมมีความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือ ห่วงใย และแบ่งปันกับสังคม รวมถึงความตระหนักและความสนใจสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในสังคม

ตัวแปรที่ 3: การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หมายถึง การที่ผู้เยี่ยมชมรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ณ จุดหมายปลายทางที่ไปเยือนว่ามีการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับการลดผลกระทบเชิงลบ การแบ่งปันผลประโยชน์ และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ตัวแปรที่ 4: พฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชม หมายถึง การที่ผู้เยี่ยมชมมีพฤติกรรมที่แสดงถึงความห่วงใยต่อผลกระทบของการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นกับเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยให้ความสำคัญกับการสร้างผลประโยชน์และลดผลกระทบเชิงลบที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชนและ/จุดหมายปลายทางที่ไปเยือน

ตัวแปรที่ 5: การเลือกจุดหมายปลายทาง หมายถึง การที่ผู้เยี่ยมชมเลือกจุดหมายปลายทางที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง ตอบสนองต่อข้อตกลงร่วมกันหรือความคิดเห็นของผู้ร่วมเดินทาง (ครอบครัว หรือคนใกล้ชิด) และมีความสะดวกในการเดินทางไปได้

ทั้งนี้ จากข้อมูลเพิ่มเติมที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เยี่ยมชมในพื้นที่เชียงใหม่ และจากการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมพบว่า มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมเป็นอีกหนึ่งตัวแปรภายในที่อาจมีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อม รวมทั้งเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผ่านอิทธิพลจากตัวแปรการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมไปยังพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชม และการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม (Andereck, 2009; Teng et al., 2015; Kim et al., 2018) ดังนั้นจึงได้นิยามตัวแปรดังกล่าวเพิ่มเติม ดังนี้

ตัวแปรที่ 6: มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หมายถึง ความคิดเห็นของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทางที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบ มีการแบ่งปันผลประโยชน์ และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

8.1.2 การคัดเลือก การกำหนดตัวแปร และการตรวจสอบข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

จากกรอบแนวคิดที่เสนอในภาพที่ 8.1 และนิยามตัวแปรที่นำเสนอในหัวข้อ 8.1.1 รวมถึงชุดคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้เยี่ยมชม (ดูรายละเอียดของชุดคำถามในภาคผนวก)

สามารถแบ่งกลุ่มตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มของตัวแปรสังเกต (observable variables) จำนวน 20 ตัวแปร และตัวแปรแฝง (latent variables) จำนวน 6 ตัวแปร ในจำนวนตัวแปรสังเกต 20 ตัวแปร เป็นตัวแปรสังเกตที่มีลักษณะเป็นตัวแปรต่อเนื่อง (continuous variables) เกือบทั้งหมด โดยได้มาจากการรวมข้อคำถามที่มีมาตรวัดแบบประมาณค่า (rating scale) เข้าด้วยกันด้วยการหาค่าเฉลี่ยแบบเลขคณิต (arithmetic mean) สำหรับตัวแปรสังเกตที่ไม่ได้มีการรวมข้อคำถามเข้าด้วยกันจะเป็นตัวแปรที่มีมาตรวัดแบบประมาณค่าที่มีลักษณะเป็นตัวแปรแบบแบ่งกลุ่ม (categorical variables) ที่มีมาตรวัดแบบเรียงลำดับ (ดูรายละเอียดของชุดตัวแปรแฝงต่าง ๆ ได้ในตารางที่ 8.1)

ตารางที่ 8.1 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	ข้อคำถาม
1. ความตระหนักต่อการท่งเกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน (CST)	1. การรู้คุณค่าของทรัพยากรท่งเกี่ยวข้อง (CST1)	1. นักท่งเกี่ยวข้องควรรู้คุณค่าของทรัพยากรท่งเกี่ยวข้อง เช่น เคารพต่อวัฒนธรรมท่งถิ่น ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ
	2. การใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่งเกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม (CST2)	2. นักท่งเกี่ยวข้องควรใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่งเกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม เช่น ไม่ใช้เกินกำลังความสามารถในการรองรับ ฯลฯ
	3. การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อผลกระทบเชิงลบจากการท่งเกี่ยวข้อง (CST3)	3. นักท่งเกี่ยวข้องควรมีส่วนรับผิดชอบต่อผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่งเกี่ยวข้อง เช่น ทั้งขยะในภาชนะที่เตรียมไว้ ฯลฯ
	4. การสนับสนุนการจัดการการท่งเกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน (CST4)	4. นักท่งเกี่ยวข้องควรสนับสนุนการจัดการการท่งเกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน เช่น คำนึงถึงผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่งเกี่ยวข้องของตนเอง ฯลฯ
	5. การปฏิบัติตามกฎกติกา/ข้อกำหนดของแหล่งท่งเกี่ยวข้อง (CST5)	5. นักท่งเกี่ยวข้องควรปฏิบัติตามกฎกติกาหรือข้อกำหนดของแหล่งท่งเกี่ยวข้อง เช่น การไม่ส่งเสียงดัง ฯลฯ
2. การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม (SEN)	1. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม (SEN1)	1. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม
	2. ความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม (SEN2)	2. ความตระหนักต่อเรื่องสังคมกำลังกังวลในปัจจุบัน 6. ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม
	3. ความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคม (SEN3)	3. ความห่วงใยที่มีต่อผู้อื่นในสังคม 5. การใช้เวลาว่างในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคม
3. นูมมองต่อการท่งเกี่ยวข้องอย่างรับผิดชอบ (PERT)	1. ประโยชน์ของการท่งเกี่ยวข้องอย่างรับผิดชอบ (PERT1)	1. ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องต่างได้รับประโยชน์จากการท่งเกี่ยวข้องอย่างรับผิดชอบ
		2. การท่งเกี่ยวข้องอย่างรับผิดชอบสามารถบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่งเกี่ยวข้อง

ตารางที่ 8.1 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	ข้อคำถาม
3. มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (PERT)	2. การยอมรับและเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว (PERT2)	3. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการยอมรับประสบการณ์ทางสังคม
		4. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้ประสบการณ์ที่เพลิดเพลินผ่านการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม-สังคม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น
		5. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น
		8. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวเคารพวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของจุดหมายปลายทาง
	3. การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (PERT3)	6. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
		7. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบช่วยฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว
	4. พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม (PERT4)	9. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวสนใจวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ดนตรี อาหาร งานฝีมือ ฯลฯ ของจุดหมายปลายทาง
		10. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ เชื้อชาติ ฯลฯ
		11. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกหรือของฝากที่ผลิตในท้องถิ่น
		12. การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายภายในจุดหมายปลายทาง
4. การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทาง (PCRT)	1. การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน (PCRT1)	1. การกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน
		2. การจัดการที่ลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว
		3. การแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว
	2. การรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยว (PCRT2)	4. การดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ
		5. การดูแลในเรื่องความสะอาดและสภาพแวดล้อมของชุมชน
	3. การรับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม (PCRT3)	6. การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว
		7. การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว

ตารางที่ 8.1 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกต	ข้อคำถาม
5. พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม (RTB)	1. การลดผลกระทบเชิงลบและสร้างผลประโยชน์ต่อชุมชน (RTB1)	1. ร่วมกิจกรรมที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อสังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม
		2. เลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจชุมชน
		8. เดินและ/ใช้จักรยานในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน
	2. การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (RTB2)	5. ก่อเกิดโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น ไม่ทิ้งขยะลดการใช้พลาสติก/โฟม ฯลฯ
		6. เลือกที่พักแรมที่เป็นมิตรและใส่ใจสิ่งแวดล้อม
	3. การกระจายผลประโยชน์ในท้องถิ่น (RTB3)	7. เลือกที่พักแรมที่เป็นของคนท้องถิ่นและ/มีการจ้างงานคนท้องถิ่น
		9. ชื่อของที่ระลึกและ/ของฝากที่ผลิตโดยชุมชน
		10. เลือกใช้บริการร้านค้าและ/ร้านอาหารของคนท้องถิ่น
6. การเลือกจุดหมายปลายทาง (ChD)	1. จุดหมายปลายทางตอบสนองความต้องการของตนเอง (ChD1)	1. ความเพลิดเพลินที่จะได้รับจากการมาเยือน
		4. ความต้องการผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน
		5. ความต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน
		8. ความต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ
	2. ความน่าสนใจของจุดหมายปลายทาง (ChD2)	2. อากาศที่เย็นสบาย/มีบรรยากาศที่ผ่อนคลายน่าพักผ่อน
		3. ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว
		6. ลักษณะเฉพาะของสิ่งดึงดูดใจ เช่น บานเก่า ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ สตรีอาร์ต
		7. ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น
		9. ความมีชื่อเสียงของจุดหมายปลายทาง

จากชุดตัวแปรในตารางที่ 8.1 ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 20 ตัวแปร ตัวแปรแฝง 6 ตัวแปร เมื่อตรวจสอบข้อมูลในเบื้องต้นที่เก็บรวบรวมมา พบว่า มีตัวแปรบางตัวมีค่าสูญหาย (missing value) จึงได้ตัดตัวอย่างดังกล่าวออกจากการวิเคราะห์ เพื่อให้ตัวอย่างที่ใช้ในการพัฒนาแบบจำลองมีข้อมูลครบทุกตัวแปร สุดท้ายแล้วมีตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 676 ตัวอย่าง แบ่งเป็น ตัวอย่างที่เก็บรวบรวมจากผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงนิเวศ จำนวน 298 ตัวอย่าง และไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต จำนวน 378 ตัวอย่าง

ทั้งนี้ แม้ว่าจะยังไม่มีข้อสรุปว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) ควรมีขนาดตัวอย่างเท่าไร จึงเพียงพอที่จะ

ให้การวิเคราะห์ด้วย SEM มีอำนาจในการทดสอบทางสถิติ และทำให้ผลการวิเคราะห์ที่ได้มีความน่าเชื่อถือในทางสถิติ อย่างไรก็ตามการศึกษาล้วนใหญ่ที่ผ่านมาเสนอแนะให้มีขนาดตัวอย่างขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 200 ตัวอย่าง (Hoelter, 1983; Garver and Meztzer, 1999; Sivo et al., 2006; Kline, 2011; Tabachnik and Fidel, 2012) ดังนั้นจากข้อมูลข้างต้น กรณีศึกษาทั้ง 2 กรณีมีชุดตัวอย่างมากกว่า 200 ตัวอย่าง ซึ่งเพียงพอที่จะทำให้การวิเคราะห์ด้วย SEM มีอำนาจในการทดสอบทางสถิติ และทำให้ผลลัพธ์ที่ได้มีความน่าเชื่อถือในทางสถิติ

ผลการทดสอบ multivariate normality ที่เป็นหนึ่งในข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญของการประยุกต์ใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ซึ่งแสดงในตารางที่ 8.2 พบว่า ชุดข้อมูลของทั้ง 2 พื้นที่ ไม่ผ่านข้อตกลงเบื้องต้นในเรื่องของ multivariate normality (ค่า p-value ของสถิติทดสอบ chi-square มีค่าต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าข้อมูลมีลักษณะ multivariate normality) ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณค่าได้จากวิธี maximum likelihood estimation (MLE) อคติ (bias) และไม่มีประสิทธิภาพ (inefficient) ดังนั้นเพื่อให้ค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณได้ไม่มีอคติและมีประสิทธิภาพ การศึกษานี้จึงใช้วิธี maximum likelihood estimation with robust standard errors (MLR) ประมาณค่าสัมประสิทธิ์และค่าน้ำหนักองค์ประกอบแทนวิธี MLE (Kline, 2012; Muthen and Muthen, 2012)

ตารางที่ 8.2 ผลการทดสอบ multivariate normality

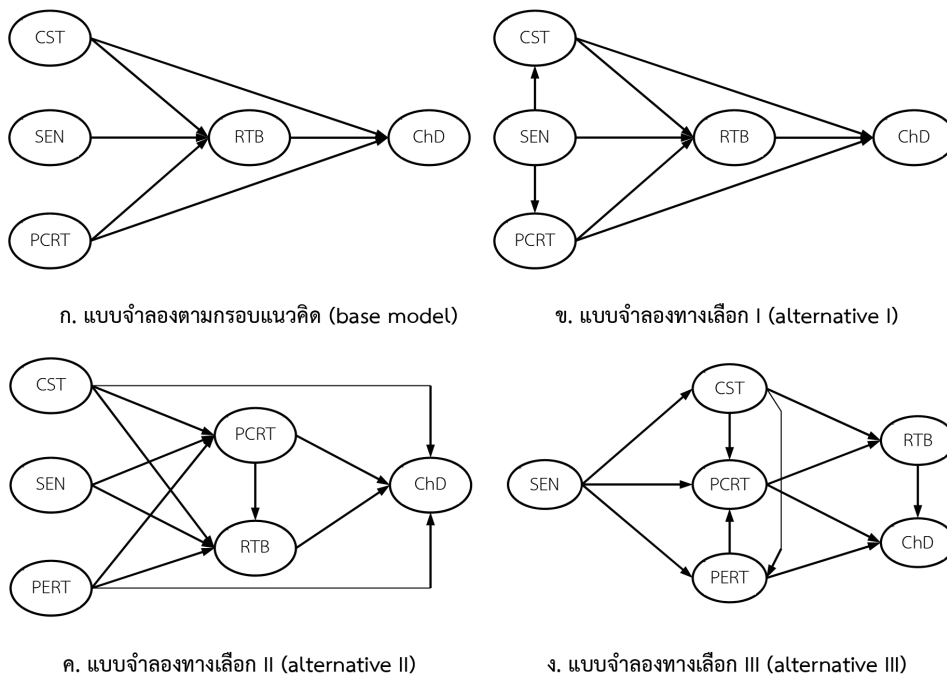
ค่าสถิติ	ชุมชนเชียงคาน	ชุมชนเมืองเก่าภูเก็	รวมทั้งหมด
Mardia mSkewness	122.471 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)	75.540 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)	61.198 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)
Mardia mKurtosis	603.347 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)	575.852 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)	599.261 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)
Henze-Zirkler	1.155 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)	1.180 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)	1.248 $\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)
Doornik-Hansen	$\chi^2 = 563.96$ (p = 0.000)	$\chi^2 = 674.65$ (p = 0.000)	$\chi^2 = >1,000$ (p = 0.000)
จำนวนตัวอย่าง (n)	298	378	676
ที่มา: จากการคำนวณ			

8.1.3 การพัฒนาแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

จากกรอบแนวคิดในภาพที่ 8.1 และชุดตัวแปรในตารางที่ 8.1 สามารถนำมาพัฒนาเป็นแบบจำลองตามกรอบแนวคิด (base model) ได้ดังภาพที่ 8.2ก ซึ่งจากการตรวจสอบในเบื้องต้นถึงความกลมกลืน (fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการเก็บรวบรวมจากผู้เยี่ยมชมในพื้นที่ 2 พื้นที่

ที่เป็นกรณีศึกษา พบว่า แบบจำลองตามกรอบแนวคิดในภาพที่ 8.2ก ไม่กลมกลืน (not fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างในทั้ง 2 พื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา (พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนที่แสดงในตารางที่ 8.3 คอลัมน์ “base model” ดังนั้นจึงปรับปรุงความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของแบบจำลองใหม่ตามความสัมพันธ์ระหว่างชุดของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (พิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์) ร่วมกับข้อเสนอแนะที่ได้จากโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูล (พิจารณาจาก modification index) และตรรกะที่สมเหตุสมผลที่ได้จากการสัมภาษณ์พูดคุยกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เยี่ยมชมที่เป็นประชากร รวมถึงสารสนเทศที่ได้จากการทบทวนงานศึกษาในอดีต ในที่สุดแล้วสามารถพัฒนาแบบจำลองทางเลือกเพิ่มเติมได้อีก 3 แบบจำลอง (alternative I-III) สำหรับนำมาใช้ตรวจสอบเปรียบเทียบว่าแบบจำลองไหนมีความกลมกลืน (fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์มากที่สุด (ดูโครงสร้างความสัมพันธ์ของแบบทางเลือกทั้ง 3 แบบจำลอง ได้ในภาพที่ 8.2ข-8.2ง)

ภาพที่ 8.2 แบบจำลองตามกรอบแนวคิด (base model) และแบบจำลองทางเลือก (alternative model)



ตารางที่ 8.3 เป็นค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนของทั้ง 4 แบบจำลอง พบว่าแบบจำลองทางเลือก III (alternative III) เป็นแบบจำลองที่มีค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนดีที่สุด (ยกเว้นค่าสถิติ chi-square และ SRMR ซึ่งแบบจำลองตามกรอบแนวคิด มีค่าสถิติดังกล่าวดีที่สุด) ดังนั้นในการศึกษาจึงเลือกแบบจำลองทางเลือก III มาใช้ในการศึกษาถึงโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

ตารางที่ 8.3 ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนของแบบจำลองต่างๆ

ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน	เกณฑ์การพิจารณา	Base model	Alternative I	Alternative II	Alternative III
1. Chi-square (χ^2) (ค่า p-value)	low χ^2 and not Sig.	438.427 (0.000)	439.281 (0.000)	667.254 (0.000)	507.411 (0.000)
2. χ^2/df	ยิ่งน้อยยิ่งดี	4.567	4.529	4.250	3.211
3. RMSEA (90% confidence interval)	ยิ่งน้อยยิ่งดี	0.073 [0.066, 0.080]	0.072 [0.065, 0.079]	0.069 [0.064, 0.075]	0.057 [0.052, 0.063]
4. SRMR	ยิ่งน้อยยิ่งดี	0.037	0.038	0.048	0.052
5. Comparative Fit Index (CFI)	ยิ่งมากยิ่งดี	0.949	0.949	0.942	0.960
6. Tucker Lewis Index (TLI)	ยิ่งมากยิ่งดี	0.936	0.937	0.930	0.952
Chi-square difference tests (p-value)	-	-	-0.83 (0.364)	-259.72 (0.000)	-66.56 (0.000)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: RMSEA คือ root mean square error of approximation, SRMR คือ standardized root mean square residual

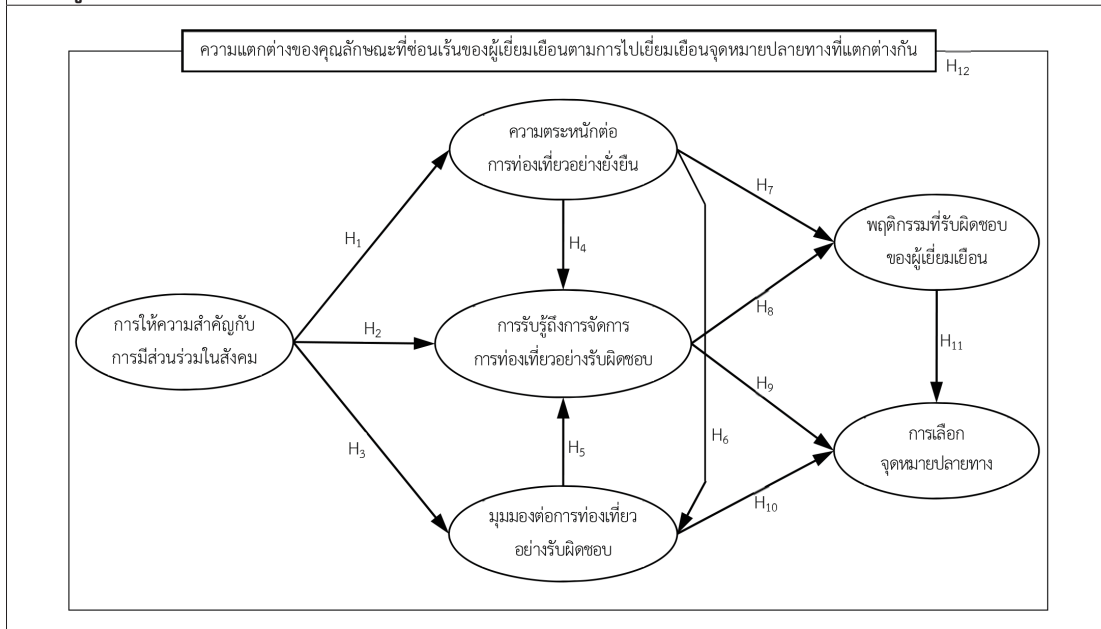
จากแบบจำลองทางเลือก III ที่ถูกเลือกมาใช้ในการศึกษา (ภาพที่ 8.2) มีสมมติฐานที่ต้องทดสอบในทางสถิติทั้งหมด 12 สมมติฐาน ดังแสดงในภาพที่ 8.3 ซึ่งสามารถแบ่งสมมติฐานออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ

1) ชุดของสมมติฐานที่ใช้ทดสอบอิทธิพลทางตรง (direct effect) ระหว่างตัวแปรต่างๆ ภายในแบบจำลองจำนวน 11 สมมติฐาน ($H_1 - H_{11}$) เช่น สมมติฐานที่ 1: การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม ($H_1: SEN \rightarrow CST$) เป็นต้น

2) สมมติฐานที่ 12 (H_{12}) เป็นสมมติฐานที่ใช้ทดสอบว่า โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองมีความไม่แปรเปลี่ยนตามความแตกต่างของคุณลักษณะที่ซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน (หรือเรียกว่า model invariance) ซึ่งหากสมมติฐานดังกล่าวถูกปฏิเสธ แสดงว่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมมีความแตกต่างกันตามคุณลักษณะที่ซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 2 แห่ง

แบบจำลองในภาพที่ 8.3 มีพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าทั้งหมด 70 ตัว ดังนั้นแบบจำลองดังกล่าวจึงมีองศาความเป็นอิสระ (degree of freedom) เท่ากับ 140 [$20 \times ((20+1)/2) - 70$] แสดงว่า เมทริกซ์ variance-covariance ของชุดตัวแปรสังเกตมีสมาชิกมากกว่าพารามิเตอร์ในแบบจำลอง หรือเรียกว่า over identified หมายความว่า ตัวแปรแฝงแต่ละตัวในแบบจำลองถูกกำหนดให้วัดค่าได้ และสามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองได้

ภาพที่ 8.3 แบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม



การศึกษาในบทนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงสถิติ (static) โดยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) ค้นหาขนาดน้ำหนักความสำคัญของแต่ละตัวแปรสังเกตที่เป็นตัวบ่งชี้ตัวแปรแฝงแต่ละตัว (ทั้งหมด 6 ตัวแปรแฝง) และแบบจำลอง

สมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) ในการตรวจสอบและประมาณค่าขนาดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมตามที่เสนอในภาพที่ 8.3

8.1.4 การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลอง

การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองในภาพที่ 8.3 เป็นการทดสอบสมมติฐานหลักที่ว่า โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองในภาพที่ 8.3 ไม่แปรเปลี่ยนไปตามความแตกต่างของคุณลักษณะที่ซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน (หรือสมมติฐานที่ 12 ในภาพที่ 8.3) โดยแบ่งการทดสอบออกเป็น 2 ส่วน คือ การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัด และการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลโครงสร้างที่รวมถึงการทดสอบความแตกต่างของเส้นอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ภายในแบบจำลองสมการโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม ตามที่ได้นำเสนอในภาพที่ 8.3

การศึกษานี้ทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดใน 2 ระดับ ได้แก่ 1) การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) หรือ “metric invariance” โดยมีสมมติฐานหลักว่า “ $H_0: \Lambda_{x1} = \dots = \Lambda_{xn}$ ” ซึ่งหากปฏิเสธสมมติฐานหลัก แสดงว่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่างโมเดลการวัดของทั้งสองกรณีศึกษาแตกต่างกัน และ 2) การทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของค่าคงที่ (intercepts) ของตัวแปรสังเกต หรือ “scalar invariance” โดยมีสมมติฐานหลักว่า “ $H_0: \tau_{x1} = \dots = \tau_{xn}$ ” ซึ่งหากปฏิเสธสมมติฐานหลัก แสดงว่า โมเดลการวัดของแต่ละกรณีศึกษามีค่าคงที่ของตัวแปรสังเกตแตกต่างกัน

ผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดที่แสดงในตารางที่ 8.4 พบว่า ค่า p-value มีค่าต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ($p\text{-value} < 0.05$) เกือบทุกกรณี ยกเว้น กรณีของโมเดลการวัดมุมมองของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (PERT) เพียงกรณีเดียวที่ค่า p-value ของการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของน้ำหนักองค์ประกอบมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หมายความว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า โมเดลการวัดทั้ง 5 โมเดล มีความแปรเปลี่ยนในน้ำหนักองค์ประกอบ (factorial/matric invariance) ยกเว้น โมเดลการวัดมุมมองของผู้เยี่ยมชมที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ส่วนค่าคงที่ของตัวแปรสังเกต (scalar invariance) มีความแปรเปลี่ยนในโมเดลการวัดทั้ง 6 โมเดล จากผลการทดสอบสมมติฐานในเรื่องของความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดอาจกล่าวได้ว่า โมเดลการวัดเกือบทั้งหมดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบแตกต่างกันระหว่างกรณีศึกษาทั้ง 2 กรณี และโมเดลการวัดทั้งหมดยังมีค่าคงที่ที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางทั้ง 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

ตารางที่ 8.4 การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลการวัดของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนทั้ง 2 ชุมชน

ตัวแปร	Metric Invariance	Scalar Invariance
ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [CST]	$\chi^2 = 149.491^*$ (df = 14)	$\chi^2 = 203.748^*$ (df = 18)
การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม [SEN]	$\chi^2 = 17.958^*$ (df = 2)	$\chi^2 = 135.302^*$ (df = 4)
มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ [PERT]	$\chi^2 = 8.101$ (df = 7)	$\chi^2 = 111.977^*$ (df = 10)
การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ [PCRT]	$\chi^2 = 35.630^*$ (df = 2)	$\chi^2 = 41.984^*$ (df = 4)
พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม [RTB]	$\chi^2 = 48.132^*$ (df = 2)	$\chi^2 = 53.047^*$ (df = 4)
การเลือกจุดหมายปลายทาง [ChD]	-	$\chi^2 = 12.928^*$ (df = 1)

ที่มา: จากการคำนวณ
หมายเหตุ: 2 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนเชียงคาน และชุมชนเมืองเก่าภูเก็
: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สำหรับผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองโครงสร้างที่แสดงในตารางที่ 8.5 พบว่า ค่า p-value มีค่าต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ($p\text{-value} < 0.10$) ในเกือบทุกแบบจำลอง ยกเว้น แบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมและความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม (Fix CST on SEN) ที่ผลการทดสอบแสดงให้เห็นถึงความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าว

ตารางที่ 8.5 การวิเคราะห์ความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลโครงสร้างตามกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนทั้ง 2 ชุมชน

แบบจำลอง	Chi-square	Scaling correction factor	Chi-square difference tests (ค่า p-value)
Free beta and gamma	1,070.82 (df = 343)	1.2038	-
Fix CST on SEN	1,073.18 (df = 344)	1.2042	-2.44 (0.118)
Fix PERT on SEN CST	1,128.47 (df = 345)	1.2052	-49.11 (0.000)
Fix PCRT on SEN CST PERT	1,100.19 (df = 346)	1.2035	-29.96 (0.000)
Fix RTB on CST PCRT	1,079.15 (df = 345)	1.2024	-8.86 (0.012)
Fix ChD on RTB PCRT PERT	1,137.83 (df = 346)	1.2035	-68.71 (0.000)
Fix all	1,237.53 (df = 354)	1.2024	-171.70 (0.000)

ที่มา: จากการคำนวณ
หมายเหตุ: 2 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนเชียงคาน และชุมชนเมืองเก่าภูเก็

ผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองโครงสร้าง แสดงให้เห็นว่า สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 หมายความว่า โมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์ของแบบจำลองตามภาพที่ 8.3 แปรเปลี่ยนไปตามกลุ่มของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือน

จุดหมายปลายทางทั้ง 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา ผลลัพธ์ดังกล่าวสามารถทำให้ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ 12 ที่ว่า “โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองมีความไม่แปรเปลี่ยนตามความแตกต่างของคุณลักษณะที่ซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน” หรืออาจกล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมมีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางทั้ง 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา

ตารางที่ 8.6 ผลการตรวจสอบความแตกต่างของเส้นอิทธิพลทางตรงตามลักษณะเฉพาะของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนทั้ง 2 ชุมชน

เส้นอิทธิพลทางตรง	Wald Test [$\beta_{CK} = \beta_{PH}$]	t-statistic [Vistor_G $\rightarrow \beta$]
SEN $\rightarrow$ CST	3.116 (p-value = 0.078)	-2.016 (p-value = 0.044)
SEN $\rightarrow$ PERT	83.079 (p-value = 0.000)	-3.899 (p-value = 0.000)
CST $\rightarrow$ PERT	35.968 (p-value = 0.000)	1.721 (p-value = 0.085)
SEN $\rightarrow$ PCRT	9.686 (p-value = 0.002)	-4.099 (p-value = 0.000)
CST $\rightarrow$ PCRT	8.009 (p-value = 0.005)	1.939 (p-value = 0.053)
PERT $\rightarrow$ PCRT	6.587 (p-value = 0.010)	-3.081 (p-value = 0.002)
CST $\rightarrow$ RTB	0.224 (p-value = 0.636)	-0.044 (p-value = 0.965)
PCRT $\rightarrow$ RTB	10.004 (p-value = 0.002)	2.712 (p-value = 0.007)
RTB $\rightarrow$ ChD	28.347 (p-value = 0.000)	-6.646 (p-value = 0.000)
PCRT $\rightarrow$ ChD	8.916 (p-value = 0.003)	-5.078 (p-value = 0.000)
PERT $\rightarrow$ ChD	10.672 (p-value = 0.001)	-4.322 (p-value = 0.000)

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: 2 ชุมชน ประกอบด้วย ชุมชนเชียงคาน และชุมชนเมืองเก่าภูเก็

ส่วนผลการทดสอบความแตกต่างของเส้นอิทธิพลตามความแตกต่างของคุณลักษณะที่ซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน ที่แสดงในตารางที่ 8.6 คอลัมน์ Wald test พบว่า มีเพียง 1 เส้นอิทธิพลทางตรง คือ อิทธิพลทางตรงของความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม (CST $\rightarrow$ RTB) จากทั้งหมด 11 เส้นอิทธิพลทางตรง ที่ค่าอิทธิพลทางตรงของทั้ง 2 กลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางทั้ง 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 (p-value > 0.10) ขณะที่ผลการทดสอบอิทธิพลของตัวแปร Visitor_G (คุณลักษณะที่ซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน) ที่มีต่อค่าอิทธิพลทางตรงทั้ง 11 ตัว (คอลัมน์ t-statistic) พบว่า มีเพียง 1 กรณีเช่นเดียวกัน (กรณีเดียวกันกับข้างต้น) ที่ค่า p-value > 0.10

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า ความแตกต่างของคุณลักษณะที่ซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกันมีอิทธิพลทำให้ขนาดอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ภายในแบบจำลองเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 หรืออาจกล่าวได้ว่า คุณลักษณะที่ซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน (ตัวแปร Visitor_G) เป็นตัวแปรกำกับ (moderator variable) ที่ทำให้ขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรในแบบจำลองมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

จากผลการทดสอบทั้งสองส่วน พบว่า ในภาพรวมสามารถปฏิเสธสมมติฐานที่ 12 (H_{12}) ได้ หมายความว่า โมเดลการวัดและโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองในภาพที่ 8.3 แปรเปลี่ยนตามกลุ่มของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางทั้ง 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา และคุณลักษณะที่ซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกันยังทำให้ขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรในแบบจำลองแตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาการวิเคราะห์ในลำดับต่อไปจะแยกวิเคราะห์แบบจำลองออกตามกลุ่มของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางทั้ง 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา (ชุมชนเชียงคาน และชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต)

8.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝงต่างๆ ในแบบจำลอง

การนำเสนอในส่วนนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝงตามที่เสนอไว้ในตารางที่ 8.1 ที่เป็นการประยุกต์ใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบขนาดน้ำหนักความสำคัญที่ต่างกันของตัวบ่งชี้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงที่เป็นการแสดงให้เห็นในเชิงประจักษ์ถึงขนาดความสำคัญของตัวแปรสังเกต (หรือตัวบ่งชี้) ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงตามที่เสนอไว้ในตารางที่ 8.1

ทั้งนี้ เพื่อความเข้าใจถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝงในที่นี้จึงขอแบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ส่วน ตามโมเดลการวัดตัวแปรแฝง 6 ตัว (ดูรายละเอียดของตัวแปรสังเกตและตัวแปรแฝงแต่ละตัวในตารางที่ 8.1) เนื่องจาก ตัวแปรการเลือกจุดหมายปลายทางมีจำนวนตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร จึงกำหนดให้ตัวแปรสังเกตหนึ่งตัวแปรมีค่าคงที่ (มีน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 1) เพื่อให้สามารถทดสอบความเที่ยง (reliability) ได้ โดยสามารถแสดงผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดของตัวแปรแฝงทั้ง 6 ตัวแปร ดังมีรายละเอียดพอสังเขปดังต่อไปนี้

8.2.1 ความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชมที่แสดงในตารางที่ 8.7 พบว่า ผลการตรวจสอบความเที่ยงของชุดตัวแปรสังเกต 5 ตัวแปร ที่บ่งชี้ “ความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม” แสดงให้เห็นว่า ชุดตัวแปรสังเกตดังกล่าวมีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัดความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม เนื่องจากค่า Cronbach's alpha และ composite reliability มีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) [0.60 และ 0.70 ตามลำดับ] โดยมีค่าเท่ากับ 0.89-0.91 ขณะที่ค่า average variance extracted (AVE) ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าร้อยละ 50 โดยมีค่าประมาณร้อยละ 62-67 หมายความว่า ตัวแปรแฝง (องค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้ประมาณร้อยละ 62-67 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010)

สำหรับตัวเลขที่นำเสนอในตารางที่ 8.7 เป็นค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (standardized factor loading scores) ที่ประมาณค่าด้วยวิธี MLR หากตัวแปรสังเกตใดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานสูง แสดงว่า ตัวแปรดังกล่าวเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญสูงในการบ่งชี้ “ความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม” ซึ่งจากค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้ (นำค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานหารด้วยค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน) แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ตัวแปรสังเกตแต่ละตัวสามารถบ่งชี้ตัวแปรแฝงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นหากพิจารณาร่วมกับผลการตรวจสอบความเที่ยงที่นำเสนอข้างต้น สรุปได้ว่า โมเดลการวัดตัวแปร “ความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม” มีความเที่ยงในการวัดความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชมได้ทั้งในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าที่เป็นกรณีศึกษาในครั้งนี้

ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่แสดงในตารางที่ 8.7 ขอยกตัวอย่างกรณีกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน ที่ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า “การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” เป็นตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.885) แสดงว่า ตัวแปรดังกล่าวเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด ความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน โดยตัวแปรดังกล่าวประเมินจากการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เยี่ยมชมว่า นักท่องเที่ยวควรสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การคำนึงถึงผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง ฯลฯ

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของชุดตัวแปรสังเกตที่วัด “ความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม” ที่แสดงในตารางที่ 8.7 พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน และชุมชนเมืองเก่าเกิดความตระหนักรู้ต่อการท่องเที่ยว

เที่ยวอย่างยั่งยืนแตกต่างกัน เนื่องจากตัวบ่งชี้มีลำดับและขนาดน้ำหนักความสำคัญแตกต่างกัน โดยผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานามีตัวแปร “การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.885) ส่วนผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีตัวแปร “การรู้คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.880) หมายความว่า ในกรณีของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานามีความคิดเห็นว่า การตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชมเป็นเรื่องของการให้การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น การคำนึงถึงผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง ฯลฯ ขณะที่ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตกลับมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันว่า การรู้คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น การเคารพต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น การไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม

ตารางที่ 8.7 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชิงคาน	ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต
1. การรู้คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว (CST1)	0.757* (0.040)	0.880* (0.025)
2. การใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม (CST2)	0.738* (0.040)	0.819* (0.027)
3. การมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว (CST3)	0.845* (0.027)	0.787* (0.033)
4. การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (CST4)	0.885* (0.045)	0.739* (0.047)
5. การปฏิบัติตามกฎกติกา/ข้อกำหนดของแหล่งท่องเที่ยว (CST5)	0.862* (0.026)	0.722* (0.043)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.910	0.894
Composite reliability [> 0.70]	0.910	0.893
Average variance extracted [> 50]	67.16	62.64

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

8.2.2 การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม

ตารางที่ 8.8 เป็นผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม พบว่า ชุดตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร ที่ใช้วัด “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม” มีค่า Cronbach's alpha และ composite reliability สูงกว่า 0.90 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) หมายความว่า

ชุดตัวแปรสังเกตที่ใช้วัด “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม” มีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัดตัวแปรแฝงดังกล่าว ขณะที่ค่า average variance extracted (AVE) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรแฝง (องค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร ได้ประมาณร้อยละ 78-82 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) ขณะที่ค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้ ก็แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้ หากพิจารณาร่วมกับผลการตรวจสอบความเที่ยงที่นำเสนอข้างต้น สรุปได้ว่า โมเดลการวัดตัวแปร “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม” มีความเที่ยงในการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชมทั้งในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของชุดตัวแปรสังเกตที่วัด “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม” พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมแตกต่างกัน โดยในกรณีผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานมีตัวแปร “ความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคม” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.906) ส่วนผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีตัวแปร “ความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.945) ซึ่งหมายความว่า ในกรณีของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมเป็นเรื่องของความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมเป็นสำคัญ ขณะที่ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตกลับมองว่า ความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นเรื่องสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม

ตารางที่ 8.8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชิงคาน	ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต
1. ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม (SEN1)	0.860* (0.023)	0.864* (0.021)
2. ความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม (SEN2)	0.877* (0.018)	0.945* (0.013)
3. ความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคม (SEN3)	0.906* (0.018)	0.900* (0.025)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.911	0.928
Composite reliability [> 0.70]	0.912	0.930
Average variance extracted [> 50]	77.65	81.65

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

8.2.3 มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมที่แสดงในตารางที่ 8.9 พบว่า ชุดตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปร ที่บ่งชี้ “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” มีค่า Cronbach's alpha และ composite reliability สูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) โดยมีค่ามากกว่า 0.90 หมายความว่า ชุดตัวแปรสังเกตดังกล่าวมีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัด “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” ขณะที่ค่า average variance extracted (AVE) ที่คำนวณได้มีค่าประมาณร้อยละ 77 แสดงว่า ตัวแปรแฝง (องค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้ประมาณร้อยละ 77 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) ส่วนค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังนั้นหากพิจารณาร่วมกับผลการตรวจสอบความเที่ยงที่นำเสนอข้างต้น สรุปได้ว่า โมเดลการวัด “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” มีความเที่ยงในการวัด มุมมองที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบได้ทั้งในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของชุดตัวแปรสังเกตที่วัด “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” ที่แสดงในตารางที่ 8.9 พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบใกล้เคียงกัน โดยมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า ตัวแปร “การยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว” เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญที่สุดที่วัด “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.975 และ 0.969 สำหรับกรณีกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต ตามลำดับ) ทั้งนี้ หากพิจารณาลำดับน้ำหนักความสำคัญของตัวบ่งชี้ในลำดับรองลงมา พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบแตกต่างกัน โดยผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน มีความเห็นว่า “การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.871) ในลำดับรองลงมา ขณะที่ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต มีความเห็นที่แตกต่างว่า “พฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชม” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.916) ในลำดับรองลงมา ผลลัพธ์ข้างต้น แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต จะมีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนทั้งสองมีมุมมองและความคิดเห็นที่แตกต่างกันในบางประเด็น โดยผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือน

ชุมชนเชียงคานมองว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นการท่องเที่ยวที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในลำดับรองลงมา ขณะที่ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีมุมมองที่แตกต่างและให้ความสำคัญในลำดับรองลงมากับประเด็นที่ว่า การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นการท่องเที่ยวที่ผู้เยี่ยมชมต้องมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบ

ตารางที่ 8.9 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชียงคาน	ชุมชนบ่อสวก
1. ประโยชน์ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (PERT1)	0.823* (0.023)	0.813* (0.029)
2. การยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว (PERT2)	0.975* (0.009)	0.969* (0.010)
3. การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (PERT3)	0.871* (0.018)	0.810* (0.026)
4. พฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชม (PERT4)	0.838* (0.021)	0.916* (0.020)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.926	0.928
Composite reliability [> 0.70]	0.931	0.932
Average variance extracted [> 50]	77.22	77.38

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

8.2.4 การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม

ตารางที่ 8.10 เป็นผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม พบว่า ตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร มีค่า Cronbach's alpha และ composite reliability สูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) โดยมีค่าประมาณ 0.85-0.98 หมายความว่า ชุดตัวแปรสังเกตดังกล่าวมีความสัมพันธ์เพียงพอสำหรับใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัด “การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม” ขณะที่ค่า average variance extracted (AVE) มีค่าระหว่างร้อยละ 66-94 แสดงว่า ตัวแปรแฝง (องค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร ได้ประมาณร้อยละ 66-94 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) ขณะที่ค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้ แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้ หากพิจารณาร่วมกับผลการตรวจสอบความเที่ยงที่นำเสนอข้างต้น สรุปได้ว่า โมเดลการวัด “การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม” มีความเที่ยง

ในการวัดการรับรู้ของผู้เยี่ยมชมต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ทั้งในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า โมเดลการวัดดังกล่าวสามารถวัด “การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม” ในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานได้ดีกว่ากรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตที่ใช้วัด “การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม” พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีตัวบ่งชี้สำคัญที่วัดถึงการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) แตกต่างกัน โดยในกรณีผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน มีตัวแปร “การรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยว” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.988) ส่วนผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีตัวแปร “การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.881) หมายความว่า ในกรณีของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) เป็นเรื่องของการรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน โดยเฉพาะในเรื่องของการดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ และการดูแลความสะอาดและสภาพแวดล้อมในชุมชน ขณะที่ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีการรับรู้ในเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินงานโดยเฉพาะในเรื่องของการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน การจัดการที่ลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว และการแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม

ตารางที่ 8.10 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (ในชุมชน) ของผู้เยี่ยมชม

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชิงคาน	ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต
1. การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงาน (PCRT1)	0.951* (0.008)	0.881* (0.029)
2. การรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยว (PCRT2)	0.988* (0.005)	0.804* (0.026)
3. การรับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม (PCRT3)	0.970* (0.007)	0.746* (0.036)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.972	0.849
Composite reliability [> 0.70]	0.979	0.853
Average variance extracted [> 50]	94.05	65.97

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประเมินค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

8.2.5 พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม

ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม ที่แสดงในตารางที่ 8.11 พบว่า ค่า Cronbach's alpha และ composite reliability ที่คำนวณได้มีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) โดยมีค่า Cronbach's alpha และ composite reliability ประมาณ 0.89-0.97 หมายความว่า ชุดตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร มีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัด “พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” โดยตัวแปรแฝง (หรือองค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตทั้ง 3 ตัวแปร ได้ประมาณร้อยละ 74-88 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) (พิจารณาค่า average variance extracted) ขณะที่ค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้ แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้หากพิจารณาร่วมกับผลการตรวจสอบความเที่ยงที่นำเสนอข้างต้นสรุปได้ว่า โมเดลการวัด “พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” มีความเที่ยงในการวัดตัวแปรดังกล่าวทั้งในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า โมเดลการวัดดังกล่าวสามารถวัด “พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” ในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตได้ดีกว่ากรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน

จากการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวแปรสังเกตที่วัด “พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” พบว่า ผู้เยี่ยมชมทั้งสองกลุ่มที่เป็นกรณีศึกษา มีตัวแปร “การกระจายผลประโยชน์ในท้องถิ่น” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม” โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานระหว่าง 0.959-0.999 โดยตัวแปรดังกล่าวประเมินจากพฤติกรรมที่เป็นการเลือกที่พักแรมที่เป็นของคนท้องถิ่นและ/มีการจ้างงานคนท้องถิ่น การซื้อของที่ระลึกและ/ของฝากที่ผลิตโดยชุมชน และการเลือกใช้บริการร้านค้าและ/ร้านอาหารของคนท้องถิ่น

ตารางที่ 8.11 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชิงคาน	ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต
1. การลดผลกระทบเชิงลบและสร้างผลประโยชน์ต่อชุมชน (RTB1)	0.749* (0.040)	0.927* (0.014)
2. การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (RTB2)	0.814* (0.034)	0.924* (0.015)
3. กระจายผลประโยชน์ในท้องถิ่น (RTB3)	0.999* (0.026)	0.959* (0.010)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.885	0.968
Composite reliability [> 0.70]	0.894	0.956
Average variance extracted [> 50]	74.05	87.76

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประมวลค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

8.2.6 การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

การออกแบบโมเดลการวัดตัวแปรแฝง “การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม” เป็นการออกแบบบนพื้นฐานของแนวคิดที่เสนอโดย Un and Crompton (1990) ที่มีชุดตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการวัด 4 ตัวแปร ได้แก่ จุดหมายปลายทางตอบสนองความต้องการของตนเอง ความน่าสนใจของจุดหมายปลายทาง ความต้องการใช้เวลาด้วยกันของคนในครอบครัวหรือผู้ใกล้ชิด และความสะดวกในการเข้าถึงจุดหมายปลายทาง ซึ่งหลังจากการตรวจสอบสหสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรสังเกต และโมเดลการวัดด้วย CFA ในเบื้องต้น พบว่า มีตัวแปรสังเกตเพียง 2 ตัวแปร เท่านั้น ได้แก่ จุดหมายปลายทางตอบสนองความต้องการของตนเอง และความน่าสนใจของจุดหมายปลายทาง ที่มีความสัมพันธ์และน้ำหนักองค์ประกอบเพียงพอที่จะนำมาสกัดองค์ประกอบร่วมกันได้ โดยตัวแปรทั้งสองสอดคล้องกับแนวคิดแรงจูงใจที่แบ่งออกเป็นแรงดึง (pull motivation) และแรงผลัก (push motivation) ดังนั้นในการพัฒนาโมเดลการวัดตัวแปรแฝง “การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม” จึงมีตัวแปรสังเกตเพียง 2 ตัวแปร ทำให้ต้องกำหนดให้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่าคงที่ 1 ค่า เพื่อให้ชุดตัวแปรสังเกตในโมเดลการวัดมีสมาชิกมากกว่าพารามิเตอร์ในแบบจำลอง

ตารางที่ 8.12 เป็นผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัด “การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม” พบว่า ค่า Cronbach's alpha และ composite reliability ที่คำนวณได้มีค่าสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) โดยมีค่า Cronbach's alpha สูงกว่า 0.90 แสดงว่า ชุดตัวแปรสังเกตมีความสัมพันธ์เพียงพอที่จะใช้สกัดเป็นองค์ประกอบที่มีความเที่ยงในการวัด “การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม” ขณะที่ค่า average variance extracted (AVE) แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรแฝง (องค์ประกอบที่สกัดได้) สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตทั้ง 2 ตัวแปร ได้ประมาณร้อยละ 85-90 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่เสนอโดย Hair et al. (2010) ขณะที่ค่าสถิติ t (t-statistic) ที่คำนวณได้ แสดงให้เห็นว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานแต่ละค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้ หากพิจารณาร่วมกับผลการตรวจสอบความเที่ยงที่นำเสนอข้างต้น สรุปได้ว่า โมเดลการวัด “การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม” มีความเที่ยงในการวัดถึงการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมทั้งในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต

สำหรับผลการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกตที่วัด “การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม” พบว่า ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม” แตกต่างกัน โดยในกรณีของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน มีตัวแปร “จุดหมายปลายทางตอบสนองความต้องการของตนเอง” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.956) ส่วนผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีตัวแปร “ความน่าสนใจของจุดหมายปลายทาง” เป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัด “การเลือกจุดหมายปลายทาง

ของผู้เยี่ยมชม” (มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเท่ากับ 0.939) หมายความว่า ในกรณีของผู้เยี่ยมชมที่เลือกไปเยือนชุมชนเชิงคน เนื่องจาก ชุมชนเชิงคนสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้เป็นสำคัญ โดยเฉพาะในเรื่องของการตอบสนองต่อความเพลิดเพลินที่จะได้รับจากการมาเยือน ความต้องการผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน ความต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน และความต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ ส่วนในกรณีของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต เนื่องจาก ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีความน่าสนใจที่ดึงดูดให้ไปเยือน โดยเฉพาะเรื่องของบรรยากาศที่ผ่อนคลายน่าพักผ่อน ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว ลักษณะเฉพาะของสิ่งดึงดูดใจ เช่น บ้านเก่า สตรีทอาร์ต เป็นต้น รวมถึงความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น และความมีชื่อเสียงของเมืองเก่าภูเก็ต

ตารางที่ 8.12 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของโมเดลการวัดการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

ตัวแปรสังเกต	ชุมชนเชิงคน	ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต
1. จุดหมายปลายทางตอบสนองความต้องการของตนเอง (ChD1)	0.956* (0.013)	0.906* (0.016)
2. ความน่าสนใจของจุดหมายปลายทาง (ChD2)	0.942* (0.014)	0.939* (0.013)
Cronbach's alpha [> 0.60]	0.948	0.919
Composite reliability [> 0.70]	0.948	0.920
Average variance extracted [> 50]	90.07	85.13

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (standard error: SE)

: ประมาณค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานด้วยวิธี MLR

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงทั้ง 6 ตัวแปร พบว่าการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดความตระหนักที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ขณะที่การมีความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมและความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นสองตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการสังคมของผู้เยี่ยมชม โดยมีการยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวเป็นตัวบ่งชี้สำคัญที่วัดถึงมุมมองที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ส่วนการรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวและการดำเนินงานของจุดหมายปลายทางเป็นสองตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดการรับรู้ของผู้เยี่ยมชมเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อจุดหมายปลายทาง สำหรับตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อผู้เยี่ยมชม ได้แก่ กระจายผลประโยชน์ในท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องของการเลือกใช้บริการและกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นของคนท้องถิ่น ทั้งนี้ หากวัดถึงการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

พบว่า มีตัวบ่งชี้สำคัญที่อยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีแรงจูงใจ ได้แก่ การที่จุดหมายปลายทางนั้นสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง (แรงผลักดัน) และความน่าสนใจของจุดหมายปลายทาง (แรงดึงดูด) (ดูรายละเอียดในตารางที่ 8.13)

ตารางที่ 8.13 ตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดความตระหนัก มุมมอง การรับรู้ พฤติกรรมที่รับผิดชอบ และการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

สิ่งที่ต้องการวัด	ตัวบ่งชี้สำคัญ
1. ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม	• การสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน • การรู้คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว
2. การมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม	• ความห่วงใยที่มีต่อผู้อื่นในสังคม • ความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม
3. มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม	• การยอมรับและเคารพพันธะระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว
4. การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	• การรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยว • การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของจุดหมายปลายทาง
5. พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม	• กระจายผลประโยชน์ในท้องถิ่น
6. การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม	• การตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง (แรงผลักดัน) • ความน่าสนใจของจุดหมายปลายทาง (แรงดึงดูด)

ที่มา: สังเคราะห์จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

8.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการประยุกต์ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (structural equation mode: SEM) ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม (ภาพที่ 8.3) โดยประมาณค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองตามภาพที่ 8.3 ด้วยวิธี MLR เพื่อแสดงให้เห็นในเชิงประจักษ์ถึงขนาดอิทธิพลที่แตกต่างกันของตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน และยังทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม และช่วยกระตุ้นการตัดสินใจในการเลือกจุดหมายปลายทางที่สามารถตอบสนองและมีสิ่งดึงดูดใจที่ตรงกับความต้องการของผู้เยี่ยมชม

จากผลการทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลโครงสร้างที่นำเสนอในหัวข้อที่ 8.1.4 พบว่า โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองในภาพที่ 8.3 แตกต่างกันตามความแตกต่างของคุณลักษณะที่ซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาส่วนนี้จึงแยกวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองในภาพที่ 8.3 ออกตามกลุ่มของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางทั้ง 2 ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา (ชุมชนเชียงคาน และชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต)

ทั้งนี้เพื่อให้แบบจำลองในภาพที่ 8.3 กลมกลืน (fit) กับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างในแต่ละจุดหมายปลายทางที่เป็นกรณีศึกษา จึงปรับปรุงแบบจำลองด้วยการเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนจากการวัด (measurement error) ของตัวแปรภายนอกและภายใน รวมทั้งการปรับเส้นอิทธิพลระหว่างตัวแปรตามคำแนะนำที่สอดคล้องกับวรรณกรรมในอดีต เพื่อให้ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืนที่แสดงในตารางที่ 8.14 ทั้ง 6 ค่า มีค่าภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด

ตารางที่ 8.14 ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน (goodness of fit)

ค่าสถิติที่ใช้วัดความกลมกลืน	เกณฑ์การพิจารณา	ชุมชนเชียงคาน	ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต
1. Chi-square (χ^2) (ค่า p-value)	low χ^2 and not sig.	172.478 (p = 0.174) ☑	172.975 (p = 0.167) ☑
2. χ^2/df	≤ 2.00 (Tabachnick & Fidell, 2007) ≤ 3.00 (Kline, 2005)	1.106 ☑	1.109 ☑
3. RMSEA (90% confidence interval)	≤ 0.07 (Steiger, 2007)	0.019 (0.000, 0.034) ☑	0.017 (0.000, 0.030) ☑
4. SRMR	≤ 0.08 (Hu & Bentler, 1999)	0.044 ☑	0.032 ☑
5. Comparative Fit Index (CFI)	≥ 0.95 (Hu & Bentler, 1999)	0.996 ☑	0.996 ☑
6. Tucker Lewis Index (TLI)	≥ 0.95 (Hu & Bentler, 1999)	0.995 ☑	0.996 ☑

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: RMSEA = root mean square error of approximation, SRMR = standardized root mean square residual

: ☑ หมายถึง ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด และ ☒ หมายถึง ไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

จากข้อมูลที่แสดงในตารางที่ 8.14 พบว่า ค่าไคสแควร์ (chi-square: X^2) ที่เป็นค่าสถิติสำหรับทดสอบสมมติฐานหลักที่ว่า covariance matrix ของข้อมูลเชิงประจักษ์ (S) เท่ากับ covariance matrix ของแบบจำลอง (Σ) [$H_0: S = \Sigma$] (Hair et al., 2010) มีค่า p-value ที่คำนวณได้มากกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 แสดงว่า ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักดังกล่าว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 หรือกล่าวได้ว่า แบบจำลองกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ขณะที่ดัชนีวัดความกลมกลืนอีก 4 ตัว รวมทั้งค่าสถิติ chi-square ที่ปรับด้วย degree of freedom มีค่าอยู่ภายใต้เงื่อนไขที่แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 พบว่า แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมทั้งในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักที่แตกต่างกันดังแสดงในตารางที่ 8.15

ตารางที่ 8.15 ผลการทดสอบสมมติฐานหลัก

สมมติฐานหลัก	ชุมชนเชิงคาน	ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต
$H_1: SEN \rightarrow CST$	✓	✓
$H_2: SEN \rightarrow PCRT$	✓	✓
$H_3: SEN \rightarrow PERT$	✓	✓
$H_4: CST \rightarrow PERT$	✓	✓
$H_5: PERT \rightarrow PCRT$	*	*
$H_6: PCRT \rightarrow RTB$	✓	✓
$H_7: PERT \rightarrow RTB$	✓	×
$H_8: SEN \rightarrow RTB$	×	✓
$H_9: RTB \rightarrow ChD$	✓	✓
$H_{10}: PCRT \rightarrow ChD$	✓	×
$H_{11}: PERT \rightarrow ChD$	✓	×
รวมสมมติฐานหลักที่ยอมรับ	10	8

หมายเหตุ : SEN คือ การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม, CST คือ ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, PERT คือ นูมบองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ, PCRT คือ การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ, RTB คือ พฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อของผู้เยี่ยมชม และ ChD คือ การเลือกจุดหมายปลายทาง

✓ หมายถึง ยอมรับสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วน * หมายถึง ยอมรับสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 สำหรับ × หมายถึง ปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

จากตารางที่ 8.15 พบว่า ในกรณีของจุดหมายปลายทางที่เป็นชุมชนเชิงคานสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลักเพียงสมมติฐานเดียว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ซึ่งได้แก่สมมติฐานที่ 8 ที่เป็นการทดสอบอิทธิพลทางตรงของการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม

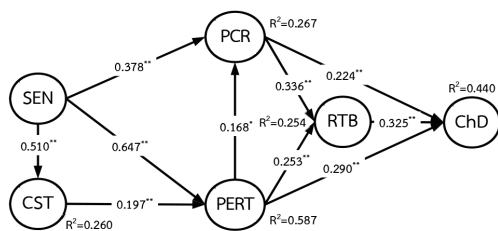
ที่มีต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อของผู้เยี่ยมชม (H₈: SEN → RTB) ส่วนสมมติฐานอื่นๆ อีก 10 สมมติฐาน ไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่มาเยือนชุมชนเชิงคน การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมและความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม โดยมีมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทางเป็นสองตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญในการส่งผ่านอิทธิพลจากตัวแปรดังกล่าวไปยังพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม ขณะที่มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเป็นสองตัวแปรที่มีทั้งอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม โดยมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อเป็นตัวแปรคั่นกลางที่สำคัญในการส่งผ่านอิทธิพลจากตัวแปรทั้งสองไปยังการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

ส่วนในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่มาเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตพบว่า สามารถปฏิเสธสมมติฐานได้ถึง 3 สมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 ได้แก่ สมมติฐานที่ 7 10 และ 11 (H₇: PERT → RTB, H₁₀: PCRT → ChD และ H₁₁: PERT → ChD) แสดงให้เห็นว่า มุมมองที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม ขณะที่การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (squared multiple correlations: R²) พบว่า ชุดตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายตัวแปรตามภายในแบบจำลองได้แตกต่างกันระหว่างกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคนและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต โดยในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคน ชุดตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมได้ร้อยละ 25.4 และ 44.0 ตามลำดับ ส่วนมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมเป็นสองตัวแปรตามในตัวแปรภายในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ประมาณร้อยละ 58.7 และ 26.7 ตามลำดับ โดยความคิดเห็นต่อมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมเป็นตัวแปรที่ชุดตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนได้สูงสุด (ประกอบด้วยตัวแปรการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) สำหรับตัวแปรความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถูกตัวแปรการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมอธิบายความแปรปรวนได้ประมาณร้อยละ 26.0 (ดูรายละเอียดในภาพที่ 8.4ก)

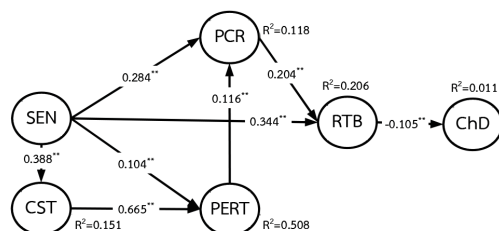
สำหรับกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า ชุดตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมได้เพียงร้อยละ 20.6 และ 1.1 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม มุมมองของผู้เยี่ยมชมต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบยังคงเป็นตัวแปรที่ชุดตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนได้สูงสุด คือ ร้อยละ 50.8 ในขณะที่ชุดตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมได้ประมาณร้อยละ 11.8 ส่วนความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถูกตัวแปรการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมอธิบายความแปรปรวนได้ประมาณร้อยละ 15.1 (ดูรายละเอียดในภาพที่ 8.4ข) ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า ชุดตัวแปรในแบบจำลองในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต สามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมได้น้อยกว่าในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน ในขณะที่ยังคงเป็นตัวแปรที่สำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และความตระหนักถึงการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของผู้เยี่ยมชมสามารถอธิบายความแปรปรวนได้สูงสุด ทั้งกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต

ภาพที่ 8.4 ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม



$\chi^2 = 172.478$ ($p = 0.174$); $\chi^2/df = 1.106$,
RMSEA = 0.019; SRMR = 0.044; CFI = 0.996; TLI = 0.995

ก. ชุมชนเชิงคาน



$\chi^2 = 172.975$ ($p = 0.167$); $\chi^2/df = 1.109$,
RMSEA = 0.017; SRMR = 0.032; CFI = 0.996; TLI = 0.996

ข. ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: SEN คือ การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม, CST คือ ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, PERT คือ มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ, PCR คือ การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ, RTB คือ พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม และ ChD คือ การเลือกจุดหมายปลายทาง

: **, * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ

จากผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมทั้งในกรณีของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต ด้วยวิธี MLR ที่แสดงในภาพที่ 8.4 พบว่า

1) ในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน การเลือกไปเยือนชุมชนเชิงคานของผู้เยี่ยมชมได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 3 ตัวแปร โดยได้รับอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรพฤติกรรมที่รับผิดชอบมากที่สุด (มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.325) รองลงมา ได้แก่ ตัวแปรมุมมองที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบของจุดหมายปลายทาง โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.290 และ 0.224 ตามลำดับ ขณะที่ในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต พบว่ามีเพียงตัวแปรพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมเท่านั้น ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเลือกไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตของผู้เยี่ยมชม โดยมีเครื่องหมายของอิทธิพลทางตรงเป็นเครื่องหมายลบหมายความว่า ผู้เยี่ยมชมที่มีพฤติกรรมที่รับผิดชอบสูงจะไม่นิยมเลือกไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตที่ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตอาจไม่ใช่จุดหมายปลายทางที่เป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบหรือ green destination แต่เป็นจุดหมายปลายทางประเภทวัฒนธรรมที่มาเพื่อเยี่ยมชมความเป็นเมืองเก่า หรือสถาปัตยกรรมที่พิกาศัยที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้

2) ตัวแปรพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมในแบบจำลองทั้งสองชุมชนมีตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงที่แตกต่างกัน โดยในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานพบว่า พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 2 ตัวแปร คือ มุมมองที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบของจุดหมายปลายทาง โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.336 และ 0.253 ตามลำดับ ขณะที่ในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 2 ตัวแปร เช่นเดียวกัน ได้แก่ การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบของจุดหมายปลายทาง และการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.204 และ 0.344 ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน

3) การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทางของทั้งสองกลุ่มผู้เยี่ยมชม ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 2 ตัวแปร เหมือนกัน ได้แก่ ตัวแปรมุมมองที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม แต่มีขนาดอิทธิพลทางตรงที่แตกต่างกันระหว่างกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต กล่าวคือ ในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน ตัวแปรทั้งสองมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.168 และ 0.378 ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่ากรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต ที่มีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.116 และ 0.284 ตามลำดับ

4) ตัวแปรมุมมองที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบได้รับอิทธิพลทางตรงจาก 2 ตัวแปร เหมือนกันทั้งสองกลุ่มผู้เยี่ยมชม ได้แก่ ตัวแปรความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชม โดยตัวแปรทั้งสองมีขนาดอิทธิพลทางตรงต่อมุมมองที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบแตกต่างกันอย่างชัดเจนระหว่าง 2 กรณีศึกษา โดยในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน ตัวแปรทั้งสองมีขนาดอิทธิพลทางตรงต่อมุมมองที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเท่ากับ 0.197 และ 0.647 ตามลำดับ ขณะที่กรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต ตัวแปรทั้งสองมีขนาดอิทธิพลทางตรงต่อมุมมองที่ผู้เยี่ยมชมมีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเท่ากับ 0.665 และ 0.104 ตามลำดับ

5) ตัวแปรการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชมเป็นตัวแปรเดียวที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของผู้เยี่ยมชม โดยมีความแตกต่างของขนาดอิทธิพลทางตรงเพียงเล็กน้อยระหว่างกรณีศึกษาทั้ง 2 กรณี โดยมีขนาดอิทธิพลดังกล่าวเท่ากับ 0.510 สำหรับกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน และ 0.388 สำหรับของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต

ตารางที่ 8.16 เป็นผลการประมาณค่าขนาดอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมที่ชุดตัวแปรในแบบจำลองมีต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม ซึ่งพบว่า ในกรณีศึกษาทั้ง 2 กรณี มีความแตกต่างกันของขนาดอิทธิพลและทิศทางของตัวแปรต่าง ๆ โดยในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน ตัวแปรในแบบจำลองทั้งหมดมีทิศทางของอิทธิพลในทิศทางบวก หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นของตัวแปรเหล่านี้ เช่น การที่ผู้เยี่ยมชมให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในชุมชนมากขึ้น มีความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพิ่มขึ้น มีมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบดีขึ้น และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชนเพิ่มขึ้น ต่างก็มีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมของตนเองเพิ่มขึ้น และกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมตัดสินใจเลือกไปเยือนเชิงคานเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การที่ผู้เยี่ยมชมมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมของตนเองเพิ่มขึ้นยังมีผลต่อเนื่องในการเพิ่มโอกาสที่จะตัดสินใจเลือกไปเยือนเชิงคานเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

แต่สำหรับในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตพบว่า การที่ผู้เยี่ยมชมให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในชุมชนมากขึ้น และได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชนเพิ่มขึ้นมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนภูเก็ตมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมเพิ่มขึ้น แต่กลับทำให้ผู้เยี่ยมชมลดโอกาสที่จะตัดสินใจเลือกมาเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต เช่นเดียวกับการที่ผู้เยี่ยมชมที่มีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมของตนเองเพิ่มขึ้นก็จะมีโอกาสที่จะตัดสินใจมาเยือนเมืองเก่าภูเก็ตลดลงเช่นเดียวกัน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 8.16)

ตารางที่ 8.16 ขนาดของอิทธิพลที่ตัวแปรต่างๆ มีผลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

ตัวแปร	ชุมชนเชียงคาน			ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม						
1. การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม	-	0.359**	0.359**	0.344**	0.067**	0.411**
2. ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	-	0.061**	0.061**	-	0.016 ^{ns}	0.016 ^{ns}
3. มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	0.253**	0.057*	0.310**	-	0.024 ^{ns}	0.024 ^{ns}
4. การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	0.336**	-	0.336**	0.204**	-	0.204**
ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R ²)		0.254		0.206		
การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม						
1. การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม	-	0.446**	0.446**	-	-0.043**	-0.043**
2. ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	-	0.084**	0.084**	-	-0.002 ^{ns}	-0.002 ^{ns}
3. มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	0.290**	0.138**	0.428**	-	-0.002 ^{ns}	-0.002 ^{ns}
4. การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	0.224**	0.109**	0.333**	-	-0.021*	-0.021*
5. พฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม	-	0.325**	0.325**	-0.105**	-	-0.105**
ค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ (R ²)		0.440		0.011		

ที่มา: จากการคำนวณ

หมายเหตุ: DE คือ อิทธิพลทางตรง, IE คือ อิทธิพลทางอ้อม และ TE คือ อิทธิพลรวม

: **, * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ ส่วน ns = ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบขนาดอิทธิพล พบว่า ชุดตัวแปรในแบบจำลองของทั้งสองกรณีศึกษามีลำดับของขนาดอิทธิพลรวมแตกต่างกัน โดยในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชียงคาน การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชมเป็นตัวแปรที่มีขนาดอิทธิพลรวมต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมมากที่สุด (มีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.359) ซึ่งสูงกว่าขนาดอิทธิพลรวมของตัวแปรการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทาง และมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมที่มีขนาดอิทธิพลรวมรองลงมา ประมาณ 1.1 และ 1.2 เท่า ตามลำดับ ขณะที่การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมก็ได้รับอิทธิพลรวมจากการที่ผู้เยี่ยมชมให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมมากที่สุดเช่นเดียวกัน (มีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.446) ซึ่งสูงกว่าตัวแปรมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทาง

ของผู้เยี่ยมชมที่มีขนาดอิทธิพลรวมรองลงมาประมาณ 1.04 และ 1.34 ตามลำดับ และยิ่งสูงกว่าพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมที่มีเฉพาะอิทธิพลทางตรงต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมประมาณ 1.34 เท่า ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่า ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีเพียงอิทธิพลทางอ้อมเท่านั้น มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบ และการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมน้อยที่สุดเพียง 0.061 และ 0.084 เท่านั้น (ดูรายละเอียดในตารางที่ 8.16 คอลัมน์ชุมชนเชิงคาน)

ส่วนในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตพบว่า การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม ยังคงเป็นสองตัวแปรที่มีอิทธิพลรวมสูงสุดต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมเช่นเดียวกับกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน โดยมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.411 และ 0.204 ตามลำดับ ขณะที่การเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมได้รับอิทธิพลรวมจากตัวแปรพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมมากที่สุด (แต่เป็นไปในทิศทางลบ) โดยมีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ -0.105 ซึ่งสูงกว่าขนาดอิทธิพลของตัวแปรการให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมประมาณ 2.4 และ 5.0 เท่า ตามลำดับ ส่วนตัวแปรอื่นๆ เป็นชุดตัวแปรที่ไม่มีทั้งอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบ และการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม (ดูรายละเอียดในตารางที่ 8.16 คอลัมน์ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต)

ผลลัพธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า แม้ว่าจุดหมายปลายทางที่เป็นกรณีศึกษาจะมีภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่คล้ายคลึงกันในลักษณะของการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรมบ้านเมืองเก่าที่ได้รับการอนุรักษ์ แต่ด้วยคุณลักษณะที่ซ่อนเร้นและลักษณะเฉพาะบางประการของผู้เยี่ยมชม จึงทำให้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบ และการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตาม การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมยังคงเป็นสองปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมที่รับผิดชอบของผู้เยี่ยมชม และยังมีผลต่อเนื่องถึงการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวของตนเองด้วย

8.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

จากแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาเยือนจุดหมายปลายทางที่เป็นสมการ reduced form ที่นำเสนอในบทที่ 1 ถูกนำมาเป็นกรอบแนวคิดพื้นฐานในการกำหนดชุดตัวแปรที่คาดว่าจะใช้พัฒนาแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาเยือนจุดหมายปลายทาง ซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดและคำอธิบายตัวแปรแต่ละตัวได้พอสังเขป ดังแสดงในตารางที่ 8.17

ตารางที่ 8.17 ตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

ตัวแปร	สัญลักษณ์	คำอธิบายตัวแปร
ความพึงพอใจในการมาเยือนจุดหมายปลายทาง	TS/FTS	ค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยที่ได้จากการหาค่าเฉลี่ยของชุดตัวแปรที่ใช้วัดความพึงพอใจในการมาเยือนจุดหมายปลายทาง หรือค่าคะแนนองค์ประกอบ (factor score) ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของชุดตัวแปรที่ใช้วัดความพึงพอใจในการมาเยือนจุดหมายปลายทาง หรือ
ค่าใช้จ่าย ณ จุดหมายปลายทาง (บาท/คน/ทริป)	Cost	เป็นค่าใช้จ่ายที่ใช้ระหว่างไปเยือนจุดหมายปลายทางครั้งนี้ทั้งหมดของผู้เยี่ยมชม
อายุ (ปี)	Age	อายุของผู้เยี่ยมชม
เพศ	Gen	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = เพศหญิง, 0 = อื่นๆ
มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท/เดือน	DIInc	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท/เดือน, 0 = อื่นๆ
มีการศึกษาสูงสุดไม่เกินประถมศึกษา	DEdu1	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการศึกษาสูงสุดไม่เกินประถมศึกษา, 0 = อื่นๆ
มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษา/อาชีวะ	DEdu2	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการศึกษาสูงสุดเกินประถมศึกษา แต่ไม่เกินมัธยมศึกษา/อาชีวะ, 0 = อื่นๆ
อาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	DOCC1	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ, 0 = อื่นๆ
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/โรงงาน	DOCC2	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = พนักงานบริษัทเอกชน/โรงงาน, 0 = อื่นๆ
อาชีพนักธุรกิจ	DOCC3	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = นักธุรกิจ, 0 = อื่นๆ
พำนักอยู่ในเขตเทศบาล	DCity	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = พำนักอาศัยในเขตเทศบาล, 0 = อื่นๆ
ใช้บริการสถานที่พักผ่อนของคนในชุมชน	DAcom	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการใช้บริการสถานที่พักผ่อนของคนในชุมชน, 0 = อื่นๆ

ตารางที่ 8.17 (ต่อ)

ตัวแปร	สัญลักษณ์	คำอธิบายตัวแปร
ใช้บริการร้านค้าของคนในชุมชน	DComS	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการใช้บริการร้านค้าของคนในชุมชน, 0 = อื่นๆ
เดินเที่ยวหรือซื้อของในถนนคนเดิน	DWWS	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการเดินเที่ยวหรือซื้อของในถนนคนเดิน, 0 = อื่นๆ
เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน	DVATT	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน, 0 = อื่นๆ
เยี่ยมชมฐานเรียนรู้ของชุมชน	DVCLB	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการเยี่ยมชมฐานเรียนรู้ของชุมชน, 0 = อื่นๆ
ร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน	DPAct	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน, 0 = อื่นๆ
มีการใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มของชุมชนสูงกว่าคนทั่วไป	DFB	เป็นตัวแปรหุ่นที่กำหนดให้ 1 = มีการใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มของชุมชนสูงกว่าค่าเฉลี่ย, 0 = อื่นๆ

ตารางที่ 8.18 เป็นค่าสถิติพรรณนาของตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในการพัฒนาแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม ซึ่งมีจำนวนตัวอย่างรวมทั้งหมด 416 ตัวอย่าง แบ่งเป็นตัวอย่างที่เป็นกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไปเยือนชุมชนเชียงคาน 297 ตัวอย่าง และไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต 119 ตัวอย่าง (เลือกเฉพาะตัวอย่างที่มีข้อมูลของตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในแบบจำลองครบถ้วนสมบูรณ์) โดยตัวแปรที่มีลักษณะข้อมูลต่อเนื่องทั้งหมด (มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ความพึงพอใจในการมาเยือนจุดหมายปลายทาง ค่าใช้จ่าย ณ จุดหมายปลายทาง และอายุ) มีการแจกแจงแบบปกติอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนตัวแปรหุ่นที่เป็นตัวแปรเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะส่วนบุคคล เช่น ระดับรายได้ อาชีพ เป็นต้น และการร่วมและ/ใช้บริการที่เป็นลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เช่น การเดินเยี่ยมชมหรือซื้อของในถนนคนเดิน การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน เป็นต้น มีการแจกแจงสัดส่วนที่สามารถใช้ในการพัฒนาแบบจำลองได้

ในภาพรวมของชุดตัวอย่างทั้งหมดพบว่า ผู้เยี่ยมชมเยือนมีคะแนนความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางเฉลี่ยประมาณ 8.81 (พึงพอใจมากที่สุด) โดยผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไปเยือนชุมชนเชียงคานมีความพึงพอใจเฉลี่ยสูงกว่าผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05¹ และยังมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปสูงกว่า

¹ ผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไปเยือนชุมชนเชียงคานมีความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 9.02 ส่วนที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 8.21 (t-statistic = 6.972, p-value = 0.00)

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 อีกด้วย² ทั้งนี้ยังพบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างมีอายุเฉลี่ยประมาณ 37 ปี เป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน มีรายได้เกินกว่า 30,000 บาท/เดือนประมาณร้อยละ 57 และกว่าร้อยละ 67 มีการศึกษาเกินกว่าระดับมัธยมศึกษา/อาชีวะ มีอาชีพข้าราชการ พนักงาน และนักธุรกิจมากกว่าครึ่งหนึ่ง พำนักอยู่ในเขตเทศบาลเกือบประมาณร้อยละ 70 นอกจากนี้ ในการไปเยือนจุดหมายปลายทางนี้ครั้งนี้ตัวอย่างเกือบครึ่งหนึ่งใช้บริการสถานที่พักผ่อนของคนในชุมชน และกว่าร้อยละ 70-90 ใช้บริการร้านค้าชุมชน ร้านอาหาร และเครื่องดื่มของชุมชน และเดินเที่ยวหรือซื้อของในถนนคนเดิน ส่วนตัวอย่างที่มีการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน และฐานเรียนรู้ของชุมชนมีสัดส่วนร้อยละ 43 และ 2 ตามลำดับ และร้อยละ 11 ได้ร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 8.18)

ตารางที่ 8.18 ค่าสถิติพรรณนาของตัวแปรที่คาดว่าจะใช้ในรูปแบบจำลองปัจจัยที่อิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

n = 416 (เชียงใหม่ n = 297, เมืองภูเก็ต n = 119)						
ตัวแปร	สัญลักษณ์	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Jarque-Bera
ความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทาง	TS	5	10	8.81	1.01	98.15*
	FTS	-3.180	1.240	0.170	0.891	98.13*
ค่าใช้จ่าย ณ จุดหมายปลายทาง (บาท/คน/ทริป)	Cost	60	12,100	2,286	2,156	> 1,000*
อายุ (ปี)	Age	18	74	37	13.72	25.41*
เพศ	Gen	0	1	0 = 47.84%, 1 = 52.16%		
มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท/เดือน	Inc	0	1	0 = 56.97%, 1 = 43.03%		
มีการศึกษาสูงสุดไม่เกินประถมศึกษา	DEdu1	0	1	0 = 96.39%, 1 = 3.61%		
มีการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษา/อาชีวะ	DEdu2	0	1	0 = 66.59 %, 1 = 33.41%		
อาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	DOCC1	0	1	0 = 75.00 %, 1 = 25.00%		
อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/โรงงาน	DOCC2	0	1	0 = 84.13%, 1 = 15.87%		
อาชีพนักธุรกิจ	DOCC3	0	1	0 = 72.84%, 1 = 27.16%		
พำนักอยู่ในเขตเทศบาล	DCity	0	1	0 = 30.77%, 1 = 69.23%		
ใช้บริการสถานที่พักผ่อนของคนในชุมชน	DAcom	0	1	0 = 50.24%, 1 = 49.46%		
ใช้บริการร้านค้าของคนในชุมชน	DComS	0	1	0 = 9.61%, 1 = 90.38%		
เดินเที่ยวหรือซื้อของในถนนคนเดิน	DWWS	0	1	0 = 12.98%, 1 = 87.02%		

² ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชียงใหม่มีการใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 2,500 บาท/คน/ทริป ส่วนที่ไปเยือนชุมชนเมืองภูเก็ตมีการใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 1,750 บาท/คน/ทริป (t-statistic = 4.214, p-value = 0.00)

ตารางที่ 8.18 (ต่อ)

n = 416 (เชียงใหม่ n = 297, เมืองเก่าภูเก็ต n = 119)						
ตัวแปร	สัญลักษณ์	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย	S.D.	Jarque-Bera
เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน	DVATT	0	1	0 = 56.73%, 1 = 43.27%		
เยี่ยมชมฐานเรียนรู้ของชุมชน	DVCLB	0	1	0 = 97.84%, 1 = 2.16%		
ร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน	DPAct	0	1	0 = 88.94%, 1 = 11.05%		
ใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มของชุมชน สูงกว่าคนทั่วไป	DFB	0	1	0 = 29.33%, 1 = 70.67%		

ที่มา: จากการคำนวณ
หมายเหตุ: * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เนื่องจาก การวัดความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางในการศึกษานี้ใช้ชุดคำถาม 4 ข้อ ในการวัด ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยของข้อคำถามทั้ง 4 ข้อ ด้วยวิธีที่แตกต่างกัน 2 วิธี ได้แก่ 1) วิธีหาค่าเฉลี่ยแบบเลขคณิต (arithmetic mean) ในการการหาค่าเฉลี่ยของข้อคำถามทั้งสี่ข้อให้เป็นค่าคะแนนความพึงพอใจเฉลี่ย (TS) และ 2) การวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยัน (confirmatory factor analysis) ในการหาค่าคะแนนองค์ประกอบ (factor score) ของตัวแปรความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทาง (FTS) โดยค่าคะแนนของตัวแปรความพึงพอใจที่ได้จากทั้ง 2 วิธี มีลักษณะต่อเนื่องและตัดปลาย ดังนั้นเพื่อให้แบบจำลองที่พัฒนามีความเหมาะสมกับคุณลักษณะของตัวแปรตาม จึงได้พัฒนาแบบจำลองในเบื้องต้นเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของ 2 แบบจำลอง ประกอบด้วย tobit model และ regression model ซึ่งจากการพิจารณาค่าสถิติการตัดสินใจที่แสดงในตารางที่ 8.19 พบว่า แบบจำลอง regression ที่ใช้คะแนนองค์ประกอบความพึงพอใจ (FTS) เป็นแบบจำลองที่มีค่าสถิติการตัดสินใจในภาพรวมที่ดีที่สุด หมายความว่าแบบจำลอง regression มีความเหมาะสมและกลมกลืน (fit) กับคะแนนองค์ประกอบความพึงพอใจ (FTS) จนทำให้แบบจำลองที่พัฒนามีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด ตัวแปรอิสระในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ดีที่สุด ดังนั้นจึงเลือกแบบจำลองดังกล่าวมาใช้ในการศึกษา

แบบจำลอง regression ถูกประยุกต์ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมเชียงใหม่ 3 กรณี ได้แก่ 1) กรณีกลุ่มผู้เยี่ยมชมเชียงใหม่ที่ไปเยือนชุมชนเชียงใหม่ 2) กรณีกลุ่มผู้เยี่ยมชมเชียงใหม่ที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต และ 3) กรณีที่รวมข้อมูลทั้งสองกรณีเข้าด้วยกันโดยในการศึกษาจะประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองด้วยวิธีการถดถอยน้อยที่สุด (ordinary least square: OLS) และมีการ robust standard errors

ตารางที่ 8.19 ค่าสถิติการตัดสินใจสำหรับพิจารณาเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม

ค่าสถิติการตัดสินใจ	คะแนนรวมความพึงพอใจ (TS)		คะแนนองค์ประกอบความพึงพอใจ (FTS)	
	Tobit model	Regression model	Tobit model	Regression model
log-likelihood	-541.384	-541.384	-493.158	-493.197
R ² /Pseudo R ²	0.086	0.207	0.090	0.209
AIC	2.680	2.675	2.453	2.448
residual sum of squares	328.855	328.855	260.888	260.851
S.E. of regression	0.907	0.906	0.809	0.808

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 8.20 ค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

ตัวแปร	สัญลักษณ์ ของตัวแปร	ชุมชนเชิงคาน		ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต		รวม	
		Coeff.	t-stat.	Coeff.	t-stat.	Coeff.	t-stat.
ค่าคงที่	α	-1.519	-4.150***	-2.458	-2.791***	-2.079	-4.457***
ค่าใช้จ่าย ณ จุดหมาย ปลายทาง (บาท/คน/ทริป)	β	0.114	2.593**	0.317	2.462**	0.172	3.201***
อายุ (ปี)	α_{Age}	0.007	2.404**	-	-	0.008	2.850***
เพศ	α_{Gen}	0.192	2.391**	-	-	0.278	3.415***
มีรายได้ไม่เกิน 30,000 บาท/เดือน	α_{DIn}	-	-	0.283	1.636	0.165	1.862*
อาชีพข้าราชการ/พนักงาน ของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	α_{DOCC1}	-	-	-	-	-0.139	-1.306
อาชีพพนักงานบริษัท เอกชน/โรงงาน	α_{DOCC1}	-	-	-	-	-0.224	-1.772*
อาชีพนักธุรกิจ	α_{DOCC3}	-	-	-	-	-0.219	-2.061**
พำนักอยู่ในเขตเทศบาล	α_{DCity}	-	-	-	-	-0.098	-1.397
ใช้บริการสถานที่พักผ่อน ของคนในชุมชน	α_{DAcom}	0.058	0.455	-0.008	-0.023	0.034	0.249
ใช้บริการร้านค้าของ คนในชุมชน	α_{DComS}	-	-	-0.126	-0.419	0.223	1.287
เดินเที่ยวหรือซื้อของ ในถนนคนเดิน	α_{DWWS}	0.469	1.989**	0.154	0.699	0.373	2.633***
เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว ของชุมชน	α_{DVATT}	0.236	2.866***	-0.382	-2.092**	0.006	0.066
เยี่ยมชมฐานเรียนรู้ของ ชุมชน	α_{DVCLB}	0.125	1.198	-0.692	-1.424	-0.434	-1.144

ตารางที่ 8.20 (ต่อ)

ตัวแปร	สัญลักษณ์ ของตัวแปร	ชุมชนเชิงชนบท		ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต		รวม	
		Coeff.	t-stat.	Coeff.	t-stat.	Coeff.	t-stat.
ร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน	α_{DPAct}	-0.156	-1.122	0.274	1.646	-0.013	-0.102
ใช้บริการร้านอาหารและ เครื่องดื่มของชุมชนสูงกว่า คนทั่วไป	α_{DFB}	0.138	0.989	-0.176	-0.780	0.206	1.757*
log-likelihood		-293.725		-169.957		-493.197	
F-statistic		5.938***		1.714*		7.029***	
R ²		0.157		0.124		0.209	
adjusted R ²		0.131		0.052		0.180	
residual sum of squares		125.688		121.227		260.851	
S.E. of regression		0.662		1.055		0.809	
AIC (Akaike information criterion)		2.045		3.024		2.448	
Breusch-Pagan-Godfrey test		1.264		1.038		2.590***	
ช่วงของค่า VIF (variance inflation factors)		0.000-0.134		0.017-0.776		0.000-0.217	
จำนวนตัวอย่าง		297		119		416	
ที่มา: จากการคำนวณ							
หมายเหตุ: Coeff. คือ ค่าสัมประสิทธิ์ (coefficients), t-stat. คือ ค่าสถิติ t (t-statistic)							
***, **, * แสดงระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, 0.05 และ 0.10 ตามลำดับ							
ตัวแปรหุ่นเกี่ยวกับระดับการศึกษาทั้งสองตัวแปรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10 จึงตัดออกจากแบบจำลอง							
: บussแก้ปัญหา heteroscedasticity ด้วยวิธี heteroscedasticity-consistent covariance matrix estimator							

จากตารางที่ 8.20 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดในแต่ละแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้แตกต่างกันโดยมีค่าระหว่างร้อยละ 12.4-20.9 (พิจารณาจากค่า R²) และเฉพาะแบบจำลองกรณีกลุ่มผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตที่ค่า adjusted R² แตกต่างจากค่า R² ค่อนข้างมาก แสดงว่า การเพิ่มจำนวนตัวอย่างหรือตัวแปรอิสระมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของค่า R² ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาค่าสถิติ F (F-statistic) พบว่า ทั้ง 3 กรณีมีค่า p-value ของค่าสถิติ F น้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมเยือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นอกจากนี้ ค่า Breusch-Pagan-Godfrey test ที่คำนวณได้มีค่าต่ำกว่าค่าวิกฤติ ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ยกเว้น กรณีที่รวมข้อมูลทั้งสองกรณีเข้าด้วยกัน แสดงว่า เฉพาะแบบจำลองกรณีที่มีการรวมข้อมูลทั้งสองกรณีเข้าด้วยกันเพียงแบบจำลองเดียวที่เผชิญกับปัญหา heteroscedasticity ซึ่งได้บรรเทาปัญหาดังกล่าวด้วยวิธี heteroscedasticity-

consistent covariance matrix estimator ในขณะที่ค่า VIF (variance of inflation factors) แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองทั้ง 3 กรณี ไม่เผชิญกับปัญหา multicollinearity (VIF มีค่าน้อยกว่า 5)

ทั้งนี้ หากพิจารณาค่า p-value ของค่าสถิติ t ของตัวแปรอิสระที่ใช้ในแต่ละแบบจำลอง พบว่า แบบจำลองแต่ละกรณีมีตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริป ณ จุดหมายปลายทางของแบบจำลองทุกกรณีมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยการเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริป ณ จุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมจะส่งผลให้ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้เยี่ยมชมมีการใช้จ่าย ณ จุดหมายปลายทางเพื่อให้ตนเองได้รับความพึงพอใจเพิ่มขึ้นจากการมาเยือนจุดหมายปลายทาง

สำหรับการใช้บริการหรือการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ในท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการไปเยือนจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ในแต่ละกรณีก็มีความแตกต่างกัน โดยในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคานพบว่า การเดินเยี่ยมชมหรือซื้อของในถนนคนเดิน และการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน (ไม่ได้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบโดยตรง) เป็นสองกิจกรรมท่องเที่ยวที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจในการไปเยือนชุมชนเชิงคานเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่มาเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตพบว่า เฉพาะการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนเท่านั้นที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมมีความพึงพอใจในการไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (ดูรายละเอียดในตารางที่ 8.20)

เมื่อนำค่าสัมประสิทธิ์ที่ประมาณค่าได้ (เฉพาะที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการมาเยือนจุดหมายปลายทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10) ไปประเมินราคาเงา (shadow price) ภายใต้แนวคิด tourist satisfaction approach (TSA) ดังที่แสดงในตารางที่ 8.21 ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจผลการประเมินดังกล่าว จึงยกตัวอย่างในกรณีของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงคาน ซึ่งจากผลการประเมินราคาเงาพบว่า การที่ผู้เยี่ยมชมไม่ได้เดินเยี่ยมชมหรือซื้อของที่ถนนคนเดินของเชิงคานต้องชดเชยด้วยจำนวนเงินประมาณ 2,500 บาท/คน/ทริป เพื่อให้ความพึงพอใจในการมาเยือนเชิงคานของบุคคลนั้น ๆ เท่ากับผู้เยี่ยมชมที่ได้เดินเยี่ยมชมหรือซื้อของที่ถนนคนเดินของเชิงคาน หรืออาจกล่าวได้ว่า ราคาเงาของการที่ผู้เยี่ยมชมได้เดินเยี่ยมชมหรือซื้อของที่ถนนคนเดินของเชิงคานเมื่อตัดสินใจเดินทางไปเยือนชุมชนเชิงคานมีค่าประมาณ 2,500 บาท/คน/ทริป ซึ่งจากการสำรวจพบว่า ผู้เยี่ยมชมที่เป็นตัวอย่างเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 99) มีการเดินเยี่ยมชมหรือซื้อของที่ถนนคนเดินของเชิงคานเมื่อเดินทางมาเยือนชุมชนเชิงคาน โดยเฉลี่ยจะใช้เวลาในการเดินเยี่ยมชมหรือซื้อของที่ถนนคนเดินประมาณ 2-3 ชั่วโมง/คน/ทริป

ตารางที่ 8.21 ผลการประเมินราคาเงินของกิจกรรมท่องเที่ยวของจุดหมายปลายทางที่ผู้เยี่ยมชมไปเยือน

กิจกรรมการท่องเที่ยว	ราคาเงิน (บาท/คน/ทริป)		
	ชุมชน เชียงคาน	ชุมชน เมืองเก่าภูเก็ต	รวม
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อทริป ณ จุดหมายปลายทาง (บาท/คน/ทริป)	2,500	1,750	2,290
การเดินทางโดยรถโดยสารหรือรถส่วนตัว	2,500	-	2,000
การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน	2,200	1,200	-
การใช้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มของชุมชนสูงกว่าคนทั่วไป	-	-	1,600
ที่มา: จากการคำนวณ			

ผลการประเมินราคาเงินในตารางที่ 8.21 แสดงให้เห็นว่า การใช้บริการและการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว (กิจกรรมส่วนใหญ่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบโดยตรง) ของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชียงคานและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีราคาเงินที่แตกต่างกันตามกิจกรรมท่องเที่ยวที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนทั้งสองมีความพึงพอใจในการไปเยือนเพิ่มขึ้นแตกต่างกัน โดยในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชียงคานพบว่า กิจกรรมการเดินทางโดยรถโดยสารหรือรถส่วนตัว และการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน มีราคาเงินประมาณ 2,500 และ 2,200 บาท/คน/ทริป ตามลำดับ ส่วนในกรณีของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตพบว่า กิจกรรมการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน มีราคาเงินประมาณ 1,200 บาท/คน/ทริป ■

บทที่ 9

สรุปและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในช่วงกว่าทศวรรษที่ผ่านมา (ก่อนการระบาดของโรคโควิด-19) ประสบความสำเร็จอย่างเด่นชัดในด้านการเพิ่มขึ้นของรายรับและขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนและรายรับจากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไทยสามารถก้าวสู่การเป็นหนึ่งในสี่ประเทศที่มีรายรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากที่สุดในโลก ขณะเดียวกัน ภาคเศรษฐกิจท่องเที่ยวยังกลายมาเป็นหนึ่งในภาคเศรษฐกิจสำคัญของไทยทั้งในแง่ของการสร้างมูลค่าเพิ่มและการจ้างงาน อย่างไรก็ตาม กว่าทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวไทยยังคงมีปัญหาในเรื่องความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัยภายในประเทศ ตลอดจนความเสี่ยงทางเศรษฐกิจของการพึ่งพาการท่องเที่ยว และประเด็นความท้าทายเกี่ยวกับความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย

การสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ต่อเนื่องจนถึงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ที่ได้มีการระบุเป็นเป้าหมายในยุทธศาสตร์ที่ 4 ที่ว่าด้วยการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเน้นไปที่มิติสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืน และสร้างการมีส่วนร่วมในสังคม โดยหนึ่งในแนวทางที่สามารถทำให้เดินไปสู่เป้าหมายนั้นได้ คือ การจัดการและการดำเนินการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ ซึ่งเป็นหนึ่งในการท่องเที่ยววิถีใหม่ (regenerative tourism) ที่ได้รับความสนใจมากขึ้นในช่วงตั้งแต่ พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา เนื่องจาก การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อธุรกิจ (responsible tourism: RT) เป็นหนึ่งในรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีบทบาทความสำคัญที่จะทำให้จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวมีความยั่งยืน และยังเป็นส่วนหนึ่งของการเดินทาง (journey) มุ่งสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (sustainable tourism) ที่เป็นรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือทั้งในระดับผู้ประกอบการ ชุมชน ท้องถิ่น และประเทศ บนพื้นฐานของการสร้างความสมดุลและประโยชน์สูงสุดในด้านเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งผู้ประกอบการ ชุมชน และท้องถิ่นที่เป็นเจ้าบ้าน

การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีความสอดคล้องและเป็นแนวทางการดำเนินการที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมักจะเกี่ยวข้องกับประเด็นในระดับโลก เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate change) และพยายามเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม (มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว) ในขณะที่การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจะมุ่งเน้นที่การดำเนินการของแต่ละบุคคล และแต่ละจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ดังนั้นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจึงเกี่ยวข้องกับการระบุประเด็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่มีความสำคัญในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการนำผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาร่วมกันดำเนินการเพื่อรับผิดชอบต่อประเด็นดังกล่าวด้วย หรืออาจจะกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมุ่งเน้นไปที่การมีส่วนร่วมของผู้คน ธุรกิจ และรัฐบาล ในการเพิ่มผลกระทบเชิงบวกทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว (มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงในระยะสั้น)

ดังนั้นแนวนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมจึงเป็นหนึ่งในแนวทางที่จะนำพาการท่องเที่ยวไทยไปสู่การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ (และ/กิจกรรม) การท่องเที่ยว และความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทยในอนาคต ซึ่งการออกแบบและวางแผนนโยบาย มาตรการ และการปฏิบัติตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีความจำเป็นต้องมีความเข้าใจถึงผลของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในส่วนของการภาคธุรกิจ ชุมชน และผู้เปราะบาง รวมทั้งจำเป็นต้องมีข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สำคัญสำหรับประกอบการวางแผนนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุน-ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมของนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวของตนเอง แทนการผลักภาระให้กับสังคม หรือชุมชน หรือผู้ให้บริการ และความเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมกับการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่กระตุ้นและ/หรืออิทธิพลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงผลของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และเพื่อให้ได้ชุดข้อมูลเชิงประจักษ์ดังกล่าว การศึกษานี้พยายามประยุกต์ใช้แนวคิดและทฤษฎีทางด้านเศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยวในการศึกษาทั้งด้านอุปทานและอุปสงค์ โดยการศึกษาด้านอุปทานจะทำให้ทราบขนาดของต้นทุน-ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงผลจากการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่มีต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นที่พำนักอาศัยในจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งอาจมีผลต่อเนื่องถึงการสนับสนุนและ/การมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่นในการดำเนินการจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม ณ จุดหมายปลายทางที่ตนเองพำนักอาศัย ขณะที่การศึกษาด้านอุปสงค์จะทำให้ทราบในเบื้องต้นถึงมูลค่าที่นักท่องเที่ยวให้กับผลิตภัณฑ์ (และ/กิจกรรม) การท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบต่อสังคม) และปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรม

และตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบหรือจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาทั้งสองส่วนจะเป็นสารสนเทศสำคัญสำหรับนำไปใช้ประกอบในการให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย มาตรการ และการใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ (เช่น ค่าธรรมเนียม การเก็บและ/ลดหย่อนภาษี เป็นต้น) ที่จะช่วยกระตุ้นและ/สนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการจัดการและ/การดำเนินการและ/การพัฒนาตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่จะนำไปสู่การเพิ่มคุณค่าให้กับการท่องเที่ยวไทย และยังส่งผลต่อเนื่องต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย รวมถึงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทยในอนาคต

การศึกษานี้ประยุกต์ใช้วิธีการศึกษาที่สำคัญ 3 วิธี ได้แก่ 1) การประเมินต้นทุน-ผลตอบแทนตามแนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ ในการประเมินต้นทุน-ผลประโยชน์ของการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในกรณีศึกษา 3 กรณี ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมบูติก ธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์ และชุมชนท่องเที่ยว (ถนนคนเดินเชียงคาน) 2) การประยุกต์ใช้แนวคิด life satisfaction approach (LSA) ในการประเมินราคาเงา (shadow price) ของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 2 แห่ง สำหรับกรณีของคนท้องถิ่น ได้แก่ ชุมชนบ่อสวก และชุมชนเชียงคาน ส่วนกรณีของผู้เยี่ยมชม เป็นการประเมินราคาเงาของการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทาง 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนเชียงคาน และชุมชนเมืองเก่าภูเก็ท และ 3) การประยุกต์ใช้สมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) ในการค้นหาลำดับที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น (ศึกษา 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ่อสวก และชุมชนเชียงคาน) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม (ศึกษา 2 จุดหมายปลายทาง ได้แก่ ชุมชนเชียงคาน และชุมชนเมืองเก่าภูเก็ท)

9.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาที่ได้สามารถสรุปได้เป็น 4 เรื่อง ได้แก่ 1) ผลการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบใน 3 กรณีศึกษา คือ ธุรกิจโรงแรมบูติก ธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์ และชุมชนท่องเที่ยว (ถนนคนเดินเชียงคาน) 2) ผลการสำรวจมุมมองและการรับรู้ต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นและผู้เยี่ยมชม 3) ผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น และผลการประเมินราคาเงาของการมีส่วนร่วม การรับรู้ การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และการสนับสนุนการจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

อย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น และ 4) ผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม และผลการประเมินราคาเงาของการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) เช่น การใช้บริการที่พักแรม ร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่มของคนในชุมชน การเดินเยี่ยมชมหรือซื้อของในถนนคนเดิน การเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน การร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน เป็นต้น ดังมีรายละเอียดในแต่ละเรื่องพอสังเขป ดังนี้

9.1.1 ต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

1) กรณีศึกษาธุรกิจโรงแรมบูติก

โรงแรมบูติกที่เป็นกรณีศึกษาเป็นโรงแรมที่อยู่ในจังหวัดน่าน ที่มีการจัดการและการดำเนินงานภายใต้มาตรฐานโรงแรมสีเขียว (green hotel) โดยได้ผ่านการรับรองมาตรฐานโรงแรมสีเขียวระดับทอง (Green Hotel Gold Class) ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม เมื่อ พ.ศ. 2558 มีห้องพักให้บริการ 32 ห้อง (ขนาด 35 ตารางเมตร 28 ห้อง ขนาด 50 ตารางเมตร 4 ห้อง) ใน พ.ศ. 2562 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั้งปีประมาณร้อยละ 55 และมีราคาห้องพักที่ขายได้เฉลี่ยประมาณ 1,900 บาท/ห้อง/คืน มีรายรับจากการขายห้องพักประมาณปีละ 12 ล้านบาท โดยประมาณร้อยละ 60 ของรายรับ จะเป็นต้นทุนการดำเนินการ โรงแรมมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องและเข้าข่ายการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ 4 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมการประหยัดพลังงาน กิจกรรมการประหยัดน้ำ กิจกรรมการใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน และกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนของทั้ง 4 กิจกรรม ใน พ.ศ. 2562 พบว่า โรงแรมมีผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินกิจกรรมทั้ง 4 กิจกรรม ซึ่งหากไม่นับรวมการต่อยอดทางธุรกิจ อันเกิดจากการใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่ทำให้โรงแรมได้รับผลตอบแทนสุทธิต่อเดือนสูงถึงประมาณ 25,510 บาท กิจกรรมการประหยัดพลังงานเป็นกิจกรรมที่ทำให้โรงแรมได้รับผลตอบแทนสุทธิมากที่สุด (คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 73 ของผลตอบแทนสุทธิที่เกิดขึ้นจาก 3 กิจกรรม) รองลงมาได้แก่ กิจกรรมการประหยัดน้ำที่มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 25 ของผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจาก 3 กิจกรรม สำหรับกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมที่ส่วนใหญ่เป็นภาระต้นทุนที่โรงแรมต้องแบกรับ แต่ยังคงได้รับผลตอบแทนสุทธิจำนวนมากจากการเปลี่ยนมาใช้ขวดน้ำที่เป็นขวดแก้วแทนขวดพลาสติก ทำให้กิจกรรมในส่วนนี้ได้รับผลตอบแทนสุทธิประมาณร้อยละ 2 ของผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจาก 3 กิจกรรม โดยกิจกรรมทั้ง 3 จะทำให้โรงแรมได้รับผลตอบแทนสุทธิต่อห้องที่ขายได้รวมกันประมาณ 7.91 บาท/วัน/ห้องที่ขายได้ หรือประมาณ 4.39 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน ดังนั้น เมื่อเทียบกับกำไรที่โรงแรมได้รับจากการขายห้องพัก 1 ห้อง การจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบจะทำให้โรงแรมมีผลตอบแทนสุทธิในสัดส่วนประมาณร้อยละ 1.05 ของกำไรจากการขายห้องพัก (ดูรายละเอียดในตารางที่ 9.1)

ตารางที่ 9.1 ประเมินการผลตอบแทนสุทธิของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของกรณีศึกษาโรงแรมบูติก พ.ศ. 2562

กิจกรรม	ผลตอบแทนสุทธิต่อห้องที่ขายได้		
	บาท/วัน	บาท/คน	บาท/เดือน
1. การประหยัดพลังงาน	5.83	3.24	3,100
2. การประหยัดน้ำ	1.95	1.08	1,040
3. การใช้สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่น	1,167	-	25,510
4. การจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม	0.13	0.07	100
สัดส่วนต่อกำไร (ร้อยละ) (ไม่นับรวมกิจกรรมที่ 3)	1.05		

ที่มา: ประเมินการจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อมูลเบื้องต้นบางประการ

2) กรณีศึกษาธุรกิจร้านอาหารอินทรีย์

ร้านอาหารอินทรีย์ที่เป็นกรณีศึกษา นอกจากจะมีการประกอบธุรกิจร้านอาหารแล้ว ยังมีการดำเนินกิจกรรมในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (agro-tourism) ที่อยู่บนพื้นฐานของการทำการเกษตรอินทรีย์ (organic agriculture) ที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village: CIV) ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในฟาร์มอินทรีย์ (organic farm) ขนาด 4 ไร่ และมีการขายอาหารอินทรีย์ที่ใช้ผลิตผลทางการเกษตรอินทรีย์เป็นวัตถุดิบสำคัญในการประกอบอาหาร รวมทั้งยังมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ให้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องหรือเข้าข่ายการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ 3 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมการผลิตข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง กิจกรรมร้านอาหารอินทรีย์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งมีต้นทุน-ผลตอบแทนที่แตกต่างกันออกไป แต่อย่างไรก็ตาม กิจกรรมร้านอาหารอินทรีย์ยังคงเป็นแหล่งรายได้หลัก โดยมีสัดส่วนของรายรับประมาณร้อยละ 75 ของรายรับทั้งหมดของทั้ง 3 กิจกรรม

ผลการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนของทั้ง 3 กิจกรรม พบว่า พ.ศ. 2562 ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้มีผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินกิจกรรมทั้ง 3 กิจกรรม ประมาณ 868,100 บาท/ปี หรือประมาณ 72,300 บาท/เดือน โดยร้านอาหารอินทรีย์เป็นกิจกรรมที่ให้ผลตอบแทนสุทธิสูงสุด โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 68 ของผลตอบแทนสุทธิทั้งหมด รองลงมาได้แก่ การขายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง ที่มีผลตอบแทนสุทธิในสัดส่วนประมาณร้อยละ 17 ของผลตอบแทนสุทธิทั้งหมด สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีผลตอบแทนสุทธิในสัดส่วนประมาณร้อยละ 15 ของผลตอบแทนสุทธิทั้งหมด ทั้งนี้ หากพิจารณาอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน พบว่า ร้านอาหารอินทรีย์แห่งนี้มีผลตอบแทนจากการลงทุนเท่ากับ 0.37 โดยกิจกรรมการขายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุงเป็นกิจกรรมที่มีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสูงสุด รองลงมาได้แก่ ร้านอาหารอินทรีย์ ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน 0.29 ซึ่งน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับใน 3 กิจกรรม (ดูรายละเอียดในตารางที่ 9.2)

ตารางที่ 9.2 ประเมินการผลตอบแทนสุทธิของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อกรณีศึกษาร้านอาหารอินทรีย์ พ.ศ. 2562

กิจกรรม	ผลตอบแทนสุทธิต่อปี (บาท)	อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน
1. การขายข้าวสารอินทรีย์บรรจุถุง 1 กิโลกรัม	147,100	1.75
2. ร้านอาหารอินทรีย์	593,000	0.33
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	128,000	0.29
รวมทั้ง 3 กิจกรรม	868,100	0.37

ที่มา: ประเมินการจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อสมมติเบื้องต้นบางประการ

3) กรณีศึกษาชุมชนท่องเที่ยว (ถนนคนเดินเชียงคาน)

ชุมชนท่องเที่ยวบริเวณถนนคนเดินเชียงคานเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเลย และเป็นพื้นที่ที่มีทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาลตำบล) ภาครัฐกิจ (ที่พักรวม) และชุมชน (รวมทั้งวิสาหกิจชุมชน) ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยบริเวณถนนคนเดินเชียงคานมีมรดกสำคัญที่มีศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) มรดกทางวัฒนธรรมประเพณีที่มีเสน่ห์ เช่น การแต่งกาย การใส่บาตรข้าวเหนียว พิธีกรรมผาสาทลอยเคราะห์ เป็นต้น และ 2) มรดกบ้านไม้เก่าที่มีชีวิตที่เป็นศิลปะดั้งเดิมแบบล้านนาผสมล้านช้างที่มีความเก่าแก่กว่า 100 ปี ตั้งอยู่ตลอดริมฝั่งแม่น้ำโขงกว่า 2 กิโลเมตร

พ.ศ. 2562 เชียงคานมีนักท่องเที่ยวมาเยือนประมาณ 1.11 ล้านคน คิดเป็นรายรับประมาณ 2.76 พันล้านบาท (มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 15.11 และ 30.80 ต่อปีตามลำดับ ในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2558-2562) ผู้มาเยือนกว่าร้อยละ 95 เป็นคนไทย อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวของเชียงคานมีความเป็นฤดูกาลสูง โดยในช่วงเดือนพฤศจิกายน-กุมภาพันธ์ (4 เดือน) เป็นช่วงฤดูท่องเที่ยวของเชียงคาน ส่วนช่วงระหว่างเดือนมีนาคม-ตุลาคม (8 เดือน) จะเป็นช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวของเชียงคาน

เทศบาลตำบลเชียงคานมีการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ 3 เรื่องสำคัญ ได้แก่ การจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับชุมชน การจัดการขยะ และการดูแลในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยการจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับชุมชนที่สำคัญจะเป็นเรื่องของการอนุรักษ์บ้านไม้เก่าร่วมกับชุมชน และการสนับสนุนส่งเสริมภายใต้การบูรณาการและการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับชุมชน สำหรับในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดูแลในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการดูแลสาธารณูปโภคและความปลอดภัยเป็นสำคัญ รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมส่งเสริมด้านวัฒนธรรมที่สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวของเชียงคาน

สำหรับการจัดการและการดำเนินงานเกี่ยวกับขยะถือว่าเป็นเรื่องสำคัญที่สุดของเทศบาลฯ ในการดำเนินการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ ซึ่งจากการประมาณการปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยวพบว่า พ.ศ. 2562 ในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลเชียงคาน

จะมีปริมาณขยะที่เกิดจากการมาเยือนของนักท่องเที่ยวประมาณ 663.24 ตัน หรือประมาณร้อยละ 28.37 ของปริมาณขยะทั้งหมดที่เทศบาลฯ จัดเก็บได้ (ประมาณ 2,337.77 ตัน) โดยปริมาณขยะที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้เทศบาลฯ มีภาระทางด้านงบประมาณสำหรับการจัดการขยะดังกล่าวประมาณ 0.49 ล้านบาท/ปี หรือประมาณร้อยละ 28 ของงบประมาณรายจ่ายงานกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูลที่เป็นงบดำเนินการ โดยนักท่องเที่ยวที่มาเยือนในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลเชียงคาน 1 คน จะมีอัตราการก่อขยะประมาณ 0.60 กิโลกรัม/คน หรือคิดเป็นภาระทางด้านงบประมาณของเทศบาลฯ ประมาณ 0.47 บาท/คน

ส่วนกรณีของที่พักแรมซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนมากที่สุด ในบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน โดยสูงกว่าธุรกิจร้านอาหารประมาณ 4 เท่า (พ.ศ. 2562 ในพื้นที่เทศบาลฯ มีจำนวนที่พักแรมประมาณ 222 แห่ง เป็นโรงแรมจำนวน 5 แห่ง และที่พักแบบเกสต์เฮาส์/โฮมสเตย์รวมกันประมาณ 217 แห่ง ส่วนร้านอาหารมีจำนวน 50 แห่ง) มีรูปแบบการให้บริการตามลักษณะของสถานที่พักแรม 4 รูปแบบหลักที่สำคัญ ได้แก่ ที่พักแรมแบบโฮมสเตย์ ที่พักแรมแบบเกสต์เฮาส์ที่เป็นบ้านไม้เก่า ที่พักแรมแบบเกสต์เฮาส์ที่เป็นบ้านไม้ที่ก่อสร้างใหม่ และที่พักแรมที่เป็นโรงแรมประเภทบูติกโฮเทล โดยทั้ง 4 รูปแบบ มีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องและเข้าช่วยการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อที่สำคัญใน 4 กิจกรรมสำคัญ ได้แก่ กิจกรรมการประหยัดพลังงาน กิจกรรมการประหยัดน้ำ กิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม และกิจกรรมการอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่า

ทั้งนี้ด้วยข้อจำกัดของข้อมูลและขนาดของที่พักแรม จึงประเมินต้นทุน-ผลตอบแทนของทั้ง 4 กิจกรรมเฉพาะในส่วนของการที่พักแรมที่เป็นโรงแรมประเภทบูติกโฮเทลเท่านั้น โดยโรงแรมดังกล่าวได้ผ่านการรับรองมาตรฐานโรงแรมสีเขียวระดับเงิน (Green Hotel Silver Class) ของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม เมื่อ พ.ศ. 2563 มีห้องพักให้บริการ 20 ห้อง (ขนาด 25 ตารางเมตร) ใน พ.ศ. 2562 มีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยทั้งปีประมาณร้อยละ 40 สามารถขายห้องพักได้ประมาณ 2,900 ห้อง และมีราคาห้องพักเฉลี่ยที่ขายได้ประมาณ 1,600 บาท/ห้อง/คืน มีรายรับจากการขายห้องพักทั้งปีประมาณ 7.5 ล้านบาท จากการเก็บข้อมูลของโรงแรมทำให้ทราบว่า ผู้เข้าพักใน พ.ศ. 2562 มีการใช้ไฟฟ้าเฉลี่ยประมาณ 6.94 หน่วย/คน/คืนพัก หรือประมาณ 21.86 บาท/คน/คืนพัก มีการใช้น้ำเฉลี่ยประมาณ 240 ลิตร/คน/คืนพัก หรือประมาณ 6.72 บาท/คน/คืนพัก และมีอัตราการก่อขยะประมาณ 0.51 กิโลกรัม/คน/คืน

ผลการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนของทั้ง 4 กิจกรรม ในกรณีของโรงแรมประเภทบูติกโฮเทลที่เปิดให้บริการในบริเวณถนนคนเดินเชียงคาน พบว่า พ.ศ. 2562 โรงแรมมีผลตอบแทนสุทธิจากการดำเนินกิจกรรม 3 ประเภท ได้แก่ กิจกรรมการประหยัดพลังงาน กิจกรรมการประหยัดน้ำ และกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม โดยทั้ง 3 กิจกรรม มีผลตอบแทนสุทธิรวมกันประมาณ 3,250 บาท/เดือน หรือคิดเป็น 13.36 บาท/ห้องพักที่ขายได้/วัน หรือ 7.22 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน โดยกิจกรรมการประหยัดพลังงานเป็นกิจกรรมที่ทำให้โรงแรมได้รับผลตอบแทนสุทธิมากที่สุด (คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 63 ของผลตอบแทนสุทธิที่เกิดจาก 3 กิจกรรม) ส่วนกิจกรรม

การประหยัดน้ำและกิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อมมีผลตอบแทนสุทธิในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันประมาณร้อยละ 18 สำหรับกิจกรรมการอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่าเป็นกิจกรรมที่โรงแรมต้องแบกรับภาระต้นทุน ซึ่งมีประมาณ 5,700 บาท/เดือน หรือคิดเป็น 23.79 บาท/ห้องพักที่ขายได้/วัน หรือ 13.22 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน ดังนั้นเมื่อนำไปหักลบกับผลตอบแทนสุทธิของทั้ง 3 กิจกรรมข้างต้น พบว่า การดำเนินกิจกรรมทั้ง 4 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องและเข้าช่วยการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบใน พ.ศ. 2562 จะทำให้โรงแรมมีภาระต้นทุนต่อห้องที่ขายได้ประมาณ 10.43 บาท/วัน/ห้องที่ขายได้ หรือประมาณ 6.00 บาท/ผู้เข้าพัก 1 คน หรือประมาณเดือนละ 2,450 บาท/เดือน (ดูรายละเอียดในตารางที่ 9.3)

ตารางที่ 9.3 ประเมินการผลตอบแทนสุทธิของการจัดการและการดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของกรณีศึกษาโรงแรมบูติกโฮเทลที่ตั้งอยู่บนถนนคนเดินเชียงใหม่ พ.ศ. 2562

กิจกรรม	ผลตอบแทนสุทธิต่อห้องที่ขายได้		
	บาท/วัน	บาท/คน	บาท/เดือน
1. กิจกรรมการประหยัดพลังงาน	8.51	4.57	2,040
2. กิจกรรมการประหยัดน้ำ	2.54	1.37	610
3. กิจกรรมการจัดการและการดูแลสิ่งแวดล้อม	2.31	1.28	600
รวมผลตอบแทนสุทธิของทั้ง 3 กิจกรรม	13.36	7.22	3,250
4. กิจกรรมการดูแลและอนุรักษ์ความเป็นบ้านไม้เก่า ^{1/}	-23.79	-13.22	-5,700
ผลตอบแทนสุทธิของทั้ง 4 กิจกรรม	-10.43	-6.00	-2,450

ที่มา: ประเมินการจากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ และข้อมูลเบื้องต้นบางประการ
หมายเหตุ : ^{1/}เป็นกิจกรรมที่เป็นต้นทุนที่ผู้ประกอบการต้องแบกรับภาระ

9.1.2 มุมมองและการรับรู้ต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

จากการสำรวจคนท้องถิ่นในชุมชนเชียงใหม่ จังหวัดเลย และชุมชนบ่อสวก จังหวัดน่าน และผู้เยี่ยมชมที่มาเยือนชุมชนเชียงใหม่เกี่ยวกับมุมมองและการรับรู้ต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ พบว่า ในภาพรวมแล้วคนท้องถิ่นทั้งสองพื้นที่มีมุมมองต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่ต่างก็เห็นถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยเฉพาะคนท้องถิ่นในชุมชนบ่อสวกที่ซึ่งมีทัศนคติที่เห็นด้วยกับประโยชน์ของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ช่วยฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวเคารพวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของชุมชน รวมถึงสนใจวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ดนตรี อาหาร งานฝีมือ ฯลฯ ในระดับมากที่สุด เช่นเดียวกับในกรณีของชุมชนเชียงใหม่ที่คนท้องถิ่นมีมุมมองที่เห็นด้วยกับประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

ในระดับมาก โดยเฉพาะประโยชน์ที่เกิดกับสิ่งแวดล้อม และการเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น ขณะที่ผลการประเมินการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบพบว่า คนท้องถิ่นของทั้งสองชุมชนมีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชนในระดับมาก อย่างไรก็ตาม คนท้องถิ่นในชุมชนบ่อสวก มีการรับรู้เกี่ยวกับการจัดการที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว และการแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวในระดับปานกลางเท่านั้น

ส่วนผลการสำรวจในกรณีของผู้เยี่ยมเยียนที่ไปเยือนชุมชนเชียงคาน พบว่า ผู้เยี่ยมเยียนที่ไปเยือนชุมชนเชียงคาน โดยรวมแล้วมีมุมมองที่เห็นด้วยกับประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในระดับมาก โดยเฉพาะประโยชน์ที่เกิดกับสิ่งแวดล้อม และการเคารพกันระหว่างผู้มาเยือนและคนท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับกรณีของคนท้องถิ่นในชุมชนเชียงคาน ขณะที่ผลการประเมินการรับรู้ พบว่า ผู้เยี่ยมเยียนที่ไปเยือนชุมชนเชียงคานมีการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชนในระดับมากเช่นกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับ การรับรู้ของคนท้องถิ่นในชุมชนเชียงคานแล้ว พบว่า ผู้เยี่ยมเยียนมีส่วนรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชนในระดับมากต่ำกว่าคนท้องถิ่น

สำหรับสิ่งที่บ่งชี้ (หรือวัด) ถึงมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบตามมุมมองของคนท้องถิ่นและผู้เยี่ยมเยียน พบว่า การยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวเป็นตัวบ่งชี้สำคัญถึงมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยทั้งคนท้องถิ่นและผู้เยี่ยมเยียนต่างก็มีมุมมองดังกล่าวที่สอดคล้องกัน และยังสอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติสำหรับชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวและแนวทางปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่นำเสนอในบทที่ 2 นอกจากนี้ ในกรณีของคนท้องถิ่นยังพบว่า การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมยังเป็นอีกหนึ่งตัวบ่งชี้ถึงมุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ส่วนสิ่งที่บ่งชี้ถึงการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชนพบว่า ทั้งในกรณีของคนท้องถิ่นและผู้เยี่ยมเยียนต่างก็มีการรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ และในกรณีของผู้เยี่ยมเยียนยังพบว่า การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของจุดหมายปลายทางเป็นอีกหนึ่งตัวบ่งชี้ที่ใช้ในการวัดในเรื่องดังกล่าว (ดูรายละเอียดในตารางที่ 9.4)

ตารางที่ 9.4 ตัวบ่งชี้สำคัญที่ใช้วัดมุมมอง และการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

สิ่งที่ต้องการวัด	คนท้องถิ่น	ผู้เยี่ยมเยียน
1. มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	• การยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว • การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	• การยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว
2. การรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชน	• การรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยว	• การรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยว • การรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของจุดหมายปลายทาง

ที่มา: สังเคราะห์จากการผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

9.1.3 ปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น

จากการตรวจสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลโครงสร้าง (structural invariance) และความแตกต่างของเส้นอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น พบว่าความแตกต่างของชุมชน และลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันของชุมชนส่งผลทำให้โมเดลโครงสร้างและขนาดอิทธิพลของตัวแปรต่าง ๆ ภายในโมเดลโครงสร้างมีความแตกต่างกัน หมายความว่าควรแยกวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นออกตามชุมชนที่เป็นกรณีศึกษา 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ่อสวก และชุมชนเชียงคาน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าโมเดลโครงสร้างมีขนาดของอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลองแตกต่างกัน แต่ลำดับของขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลองมีรูปแบบที่สอดคล้องกันในบางประเด็น ดังสรุปได้พอสังเขปดังนี้

1) การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบกับคนท้องถิ่น โดยเฉพาะเรื่องของการดูแลแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่กระตุ้นให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นของตนเอง ดังนั้น ในการส่งเสริมให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต้องมีการสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการดูแลแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่องของการรับรู้ถึงการดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ และการดูแลในเรื่องความสะอาดและสภาพแวดล้อมของชุมชน

2) การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมได้ช่วยเสริมสร้างให้คนท้องถิ่นมีความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตเพิ่มขึ้น และมากกว่าการได้รับรู้ถึงข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ อย่างไรก็ตามด้วยความแตกต่างของบริบทของสังคมและชุมชนทำให้ในกรณีของชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท (ชุมชนเชียงคาน) เป็นชุมชนที่มองและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางสังคมในเรื่องของความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมเป็นสำคัญ ขณะที่ชุมชนชนบท (ชุมชนบ่อสวก) นอกจากจะให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวแล้ว ยังให้ความสำคัญกับความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือผู้อื่นด้วย

3) มุมมองที่ดีต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีส่วนช่วยให้คนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมเพิ่มขึ้น รวมทั้งยังทำให้คนท้องถิ่นรับรู้เพิ่มขึ้นถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชน ดังนั้นในการกระตุ้นให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสามารถกระตุ้นผ่านการให้ข้อมูลและความรู้ที่ทำให้คนท้องถิ่นมีมุมมองที่ดีต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยเฉพาะในเรื่องของการยอมรับและการเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว และการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหากมีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบภายในชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่

นอกจากนี้ ขนาดอิทธิพลโดยรวม (total effect) ของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีต่อความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต และการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่า ชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสองกรณี ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น และการสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่นแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การที่คนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม โดยเฉพาะในเรื่องของความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลทำให้คนท้องถิ่นมีความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิตเพิ่มขึ้น สำหรับการกระตุ้นให้คนท้องถิ่นสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบภายในท้องถิ่นตนเอง ควรให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลกับคนท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่เกิดขึ้นภายในท้องถิ่นของตนเอง โดยเฉพาะในเรื่องของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ภายในท้องถิ่นของตนเอง

สำหรับผลการประเมินราคาเงาของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในชุมชนเชียงคาน และบ่อสวกมีราคาเงาที่ต่างกันตามผลที่ทำให้คนท้องถิ่นของทั้งสองชุมชนมีความพึงพอใจในชีวิตเพิ่มขึ้นแตกต่างกัน และตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันของทั้งสองชุมชน โดยในกรณีของชุมชนเชียงคาน พบว่า การมีส่วนร่วมของคนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวภายในท้องถิ่นของตนเอง ความยินดีในการสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สูงกว่าคนทั่วไป ความห่วงใยที่มีต่อผู้อื่นในสังคมที่สูงกว่าคนทั่วไป และการรับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นที่สูงกว่าคนทั่วไป มีราคาเงาประมาณ 10,300 9,800 9,600 และ 8,500 บาท/เดือน ตามลำดับ ส่วนในกรณีของชุมชนบ่อสวก พบว่า การที่คนท้องถิ่นรับรู้ถึงการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นที่สูงกว่าคนทั่วไป และการรับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นที่สูงกว่าคนทั่วไปมีราคาเงาประมาณ 11,800 และ 9,200 บาท/เดือน ตามลำดับ

9.1.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่รับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม

ผลการตรวจสอบความไม่แปรเปลี่ยนของโมเดลโครงสร้าง และความแตกต่างของเส้นอิทธิพลระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชม พบว่า กลุ่มของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน แต่มีคุณลักษณะซ่อนเร้นของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางที่ต่างกัน ทำให้ขนาดอิทธิพลระหว่างตัวแปรในแบบจำลองแตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรแยกวิเคราะห์แบบจำลองออกตามกลุ่มของ

ผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางทั้ง 2 พื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา (ชุมชนเชียงคาน และชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต) ซึ่งผลการวิเคราะห์แบบจำลองทั้งสองด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่า ผลการวิเคราะห์ที่ได้มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยสามารถสรุปสาระสำคัญของผลการวิเคราะห์ทั้ง 2 กรณี ได้พอสังเขปดังนี้

1) การที่ผู้เยี่ยมชมเยือนมีพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีผลต่อการตัดสินใจเลือกมาเยือนชุมชนเชียงคานของผู้เยี่ยมชมเยือนมากที่สุด ขณะที่ในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมเยือนที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตกลับให้ผลลัพธ์ในทางกลับกันว่า ผู้เยี่ยมชมเยือนที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสูงจะไม่นิยมเลือกไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า ชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตอาจไม่ใช่จุดหมายปลายทางที่เป็นการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบหรือ green destination แต่เป็นจุดหมายปลายทางประเภทวัฒนธรรมที่ผู้มาเยี่ยมชมเยือนต้องการมาท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมความเป็นเมืองเก่า หรือสถาปัตยกรรมที่พิกาศัยที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้

2) มุมมองที่ดีของผู้เยี่ยมชมเยือนที่มีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทางเป็นสองสิ่งสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมเยือนมีพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในขณะที่ไปเยือนจุดหมายปลายทางนั้น ๆ ดังนั้น การให้ข้อมูลและความรู้ที่ช่วยให้ผู้เยี่ยมชมเยือนมีมุมมองที่ดีต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (โดยเฉพาะในเรื่องของความตระหนักต่อการยอมรับและเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยว) และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทาง โดยเฉพาะในเรื่องของการรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวและการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของจุดหมายปลายทาง จะมีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมเยือนมีพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในขณะที่ไปเยือนจุดหมายปลายทาง

3) การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคมของผู้เยี่ยมชมเยือน โดยเฉพาะในเรื่องของความห่วงใยต่อผู้อื่นในสังคมและความสนใจต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมได้กระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมเยือนให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทาง และยังช่วยกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมเยือนมีมุมมองที่ดีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ รวมทั้งช่วยเสริมสร้างให้ผู้เยี่ยมชมเยือนมีความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้วย

4) การที่ผู้เยี่ยมชมเยือนมีความตระหนักถึงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นหนึ่งในสิ่งกระตุ้นให้ผู้เยี่ยมชมเยือนมีมุมมองที่ดีต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยเฉพาะในเรื่องของการตระหนักและให้ความสำคัญกับการสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยว เช่น การคำนึงถึงผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง เป็นต้น และการรู้คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่น การเคารพต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น การไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

ผลลัพธ์จากการประเมินอิทธิพลโดยรวมแสดงให้เห็นว่า แม้ว่าจุดหมายปลายทางที่เป็นกรณีศึกษาจะมีภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางที่คล้ายคลึงกันในลักษณะของการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรมบ้านเมืองเก่าที่ได้รับการอนุรักษ์ แต่ด้วย

คุณลักษณะที่ซ่อนเร้นและลักษณะเฉพาะบางประการของผู้เยี่ยมชม จึงทำให้ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและการเลือกจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมมีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในสังคม และการรับรู้ถึงการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทางของผู้เยี่ยมชมยังคงเป็นสองสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการแสดงพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมเมื่อไปเยือนจุดหมายปลายทาง และยังมีผลต่อเนื่องถึงการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางเพื่อการท่องเที่ยวของตนเองด้วย

สำหรับผลการประเมินราคาเงาของการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว (อย่างรับผิดชอบ) ของผู้เยี่ยมชม พบว่า การใช้บริการและ/หรือการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงนิเวศและชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตมีราคาเงาที่แตกต่างกันตามกิจกรรมที่ทำให้ผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนทั้งสองมีความพึงพอใจในการไปเยือนเพิ่มขึ้นแตกต่างกัน และตามการใช้จ่ายที่แตกต่างกันของผู้เยี่ยมชม โดยในกรณีของกลุ่มผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเชิงนิเวศ พบว่า กิจกรรมการเดินเยี่ยมชมหรือซื้อของในถนนคนเดิน และการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน มีราคาเงาประมาณ 2,500 และ 2,200 บาท/คน/ทริปตามลำดับ ส่วนในกรณีของผู้เยี่ยมชมที่ไปเยือนชุมชนเมืองเก่าภูเก็ต พบว่า กิจกรรมการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน มีราคาเงาประมาณ 1,200 บาท/คน/ทริป

9.2 ข้อเสนอแนะ

1) เนื่องด้วยผลตอบแทนสุทธิที่เกิดจากการจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่มีมูลค่าเพียงเล็กน้อย ดังนั้นภาครัฐจึงควรมีนโยบายสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจทางธุรกิจที่เพียงพอในการจูงใจให้ภาคธุรกิจที่สนใจหันมาจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เช่น การกำหนดระเบียบราคาค่าใช้จ่ายของหน่วยงานราชการให้มีระดับราคาสูงขึ้นหากเลือกใช้บริการธุรกิจที่พักหรือร้านอาหารที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน green hotel หรือ green restaurant หรือมีการจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ การลดค่าไฟฟ้าและ/หรือน้ำประปาให้กับสถานประกอบการหากมีการประหยัดพลังงานไฟฟ้าและการใช้น้ำ เป็นต้น

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาให้ความรู้และสร้างความเข้าใจถึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในระยะยาวจากการจัดการและดำเนินงานตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้กับผู้ประกอบการ รวมทั้งจัดหาแหล่งเงินอุดหนุนให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการจัดการและดำเนินงานตามแนวทางดังกล่าว เพราะแม้ว่าการจัดการและดำเนินการในเรื่องการประหยัดพลังงานไฟฟ้า การประหยัดการใช้น้ำ และการดูแลและการจัดการสิ่งแวดล้อม จะมีการลงทุนสูง

ในระยะแรก แต่จะสามารถสร้างผลประโยชน์ในระยะยาว โดยเฉพาะผลประโยชน์ที่เป็นคุณค่าที่สามารถนำมาสู่การเพิ่มมูลค่าได้ในอนาคต เช่น การกำหนดราคาขายห้องพักได้เพิ่มขึ้น จากการมีภาพลักษณ์ของ green hotel หรือ green restaurant

3) เนื่องด้วยภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการขยายตัวของการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เช่น ภาระทางด้านงบประมาณในการจัดการขยะที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงควรปรับปรุงและออกกฎหมายที่ให้อำนาจกับหน่วยงานและ/องค์กรท้องถิ่น (เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น) ในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการก่อกองขยะและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท้องถิ่นของการท่องเที่ยว เพื่อนำรายรับดังกล่าวมาใช้ในการจัดการขยะ และดูแลพัฒนาสาธารณูปโภค รวมถึงคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น

4) เนื่องจากการสนับสนุนและการดำเนินโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในบางครั้งเป็นไปในลักษณะของการจัดตั้งกลุ่มขึ้นมาใหม่ในชุมชน ซึ่งอาจทำให้ทุนชุมชน (social capital) มีความอ่อนแอลง เนื่องจาก แต่ละกลุ่มจะมุ่งทำงานให้กับกลุ่มของตนเองมากขึ้น จึงไม่มีเวลามาร่วมงานสาธารณะร่วมกัน และขาดจิตสาธารณะในการทำงานในลักษณะของการเชื่อมโยงเครือข่าย ดังนั้น การเข้าไปสนับสนุนและดำเนินโครงการต่าง ๆ จึงควรเป็นไปในลักษณะของการเสริมให้ชุมชนมีทุนสังคมที่เข้มแข็งมากขึ้น ผ่านการทำงานร่วมกันในลักษณะของการเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกันแทนการทำงานเป็นกลุ่มหรือแบ่งแยกการทำงานภายในชุมชนเดียวกัน

5) เนื่องจากการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และรับรู้ถึงการดูแลแหล่งท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นเป็นสองสิ่งที่คนท้องถิ่นให้ความสำคัญในอันดับแรก ดังนั้นหากต้องการกระตุ้นให้คนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของท้องถิ่น ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรเปิดโอกาสและจัดเวทีให้คนท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมกับการจัดการและการดำเนินงาน รวมทั้งการให้ข้อมูลกับคนท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในท้องถิ่นอยู่เสมอ โดยเฉพาะในเรื่องของการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น

6) เนื่องจากการให้ข้อมูลและความรู้ทำให้ผู้เยี่ยมชมมีมุมมองที่ดีต่อการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ (โดยเฉพาะในเรื่องของความตระหนักต่อการยอมรับและเคารพกันระหว่างคนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว) และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของจุดหมายปลายทาง โดยเฉพาะในเรื่องของการรับรู้เกี่ยวกับการดูแลแหล่งท่องเที่ยวและการรับรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของจุดหมายปลายทาง จะช่วยให้ผู้เยี่ยมชมมีพฤติกรรมท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบในขณะที่ไปเยือนจุดหมายปลายทาง และมีผลต่อเนื่องต่อการเลือกจุดหมายปลายทางที่มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ดังนั้น ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการจัดทำและเผยแพร่ชุดข้อมูลดังกล่าวในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น คลิปวิดีโอ การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์/โซเชียลมีเดีย (social media) การใช้อินฟลูเอนเซอร์ (influencer) ฯลฯ ที่สามารถสื่อสารได้โดยตรงกับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่สนใจ เป็นต้น ■

บรรณานุกรม

- กรมศิลปากร. (2530). *รายงานการสำรวจเมืองประวัติศาสตร์ภูเก็ตโครงการอนุรักษ์และบูรณะเมืองประวัติศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายอนุรักษ์โบราณสถาน กองโบราณคดี.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ. *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว*, 1(4), 64-65.
- กฤษฎา ตียวิวัฒนานุกูล และโสสมสกว เพชรานนท์ (2559). การบริหารจัดการโรงแรมสีเขียวในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์: กรณีศึกษา เกาะเสม็ด. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 3(2), 50-60.
- ฉัตรฉวี คงดี, พัทธนี เชยจรรยา และธาดารี ใต้ฟ้าพูล. (2563). โมเดลสมการโครงสร้างของการสื่อสารทางการท่องเที่ยว การจัดการชุมชน และการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 7(1), 109-128.
- ชุดิมา วุ่นเจริญ. (2556). ความรับผิดชอบต่อสังคมกับธุรกิจโรงแรม. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 30(1), 143-158.
- เทศบาลตำบลเชียงคาน. (2563). แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลเชียงคาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562. เชียงคาน: เทศบาลตำบลเชียงคาน.
- ธิป ศรีสกุลไชยรัก. (2561). การศึกษาคุณค่าบ้านไม้พื้นถิ่นเชียงคานเพื่อการอนุรักษ์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม. *วารสารวิชาการ การออกแบบสภาพแวดล้อม*, 5(1), 21-43.
- นพชัย ฟองอิสระ และศศิพัชร เมฆรา. (2563). การจัดการเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการเฝ้าระวังการนำวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดเชียงราย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 9(1), 51-63.
- ปรัชญากรณ์ ไชยคช. (2561). *อะไรคือการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Tourism)*. Retrieved เมษายน 21, 2564, from <https://www.th.thairt.org/blog/a5adb67e34c>
- ปิ่นรัตน์ สิริพันธ์พงศ์. (2561). ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจโรงแรมและที่พักในจังหวัดภูเก็ต. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 3(3), 96-106.
- พิชญากร กุญชรินทร์. (2559). หลักการสืบประการในการทำธุรกิจโรงแรมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 19(มกราคม-ธันวาคม), 258-375.
- มณีนรัตน์ สุขเกษม. (2559). บทปริทัศน์หนังสือ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ: การศึกษาและมุมมองใหม่. *วารสารปาริชาติ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 29(2), 231-248.

- วรานันต์ ตันติเวทย์ และโสสมสกา เพชรานนท์. (2557). การปรับตัวของประชาชนในพื้นที่จากกิจกรรมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษา อำเภอชนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 1(2), 24-42.
- วิชชุดา มาชู และกนกกร แซ่ลิ้ม. (2560). กรอบมาตรฐานรีสอร์ทสพบนความรับผิดชอบต่อสังคม กรณีศึกษา โรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดตรัง. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(3), 34-48.
- วิษพาทย์ ชีวะสาธน์. (2555). ความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อสังคมของชุมชนพรคานารีรีสอร์ทกับการเพิ่มทุนทางสังคมของชุมชนสะพลี. *วารสารวิจัยสังคม*, 35(1), 53-67.
- สันติย์ หนูนิล, วิโรจน์ เกษฎาภิรักษ์ และจันทนา แสนสุข. (2560). การพัฒนาโมเดลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์เพื่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 11(ฉบับพิเศษ), 171-185.
- อักรพงศ์ อ้นทอง และวราภรณ์ ดวงแสง. (2562). ปัจจัยที่อธิบายการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนท้องถิ่น: กรณีจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยววิถีชนบท. *วารสารวิธีวิทยาการวิจัย*, 32(1), 29-51.
- อักรพงศ์ อ้นทอง, กันต์ลีณี กันทะวงศ์วาร, และณัฐพล อนันต์ธนาสาร. (2561). *การรับรู้ของประชาชนต่อผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น*. เชียงใหม่: มูลนิธิสถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2558). การวิเคราะห์งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประเทศไทย. *สุทธิปริทัศน์*, 29(90), 272-290.
- Abdollahzadeh, G., and Sharifzadeh, A. (2014). Rural residents' perceptions toward tourism development: A study from Iran. *International Journal of Tourism Research*, 16(2), 126-136.
- Allen, L.R., Long, P.T., Perdue, R.R., and Kieselbach, S. (1988). The impact of tourism development on residents' perceptions of community life. *Journal of Travel Research*, 27(1), 16-21.
- Ambrey, C.L., Fleming, C.M., and Chan, A.Y.-C. (2014). Estimating the cost of air pollution in South East Queensland: An application of the life satisfaction non-market valuation approach. *Ecological Economics*, 97(January), 172-181.
- Andereck, K.L. (2009). Tourists' perceptions of environmentally responsible innovations at tourism businesses. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(4), 489-499.
- Angelini, V., Cavapozzi, D., Corazzine, L., and Paccagnella, O. (2014). Do Danes and Italians rate life satisfaction in the same way? using vignettes to correct for individual-specific scale biases. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 76(5), 643-666.

- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690.
- Ballantyne, R., Packer, J., and Falk, J. (2011). Visitors' learning for environmental sustainability: Testing short- and long-term impacts of wildlife tourism experiences using structural equation modeling. *Tourism Management*, 32(6), 1243-1252.
- Bhattacharya, C., Korschun, D., and Sen, S., (2008). Strengthening stakeholder –company relationships through mutually beneficial corporate social responsibility initiatives. *Journal of Business Ethics*, 85(S2), 257-272.
- Blackstock, K.L., White, V., McCrum, G., Scott, A., Hunter, C. (2008). Measuring responsibility: an appraisal of a Scottish National Park's sustainable tourism indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 276-297.
- Bob, U. (2016). An assessment of responsible tourism behaviour among beach tourist in Durban, *South Africa. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 5(3), 1-14.
- Bohdanowicz, P., Simanic, B., and Martinac, I.V.O. (2005). Environmental training and measures at scandic hotels, *Sweden. Tourism Review International*, 9(1), 7-19.
- Boley, B.B., McGehee, N.G., and Hammett, A.L.T. (2017). Importance-performance analysis (IPA) of sustainable tourism initiatives: The resident perspective. *Tourism Management*, 58(February), 66-77.
- Bramwell B., Lane, B., McCabe, S., Mosedale, J., and Scarles, C. (2008). Research perspectives on responsible tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 16(3), 253-257.
- Brunt, P., and Courtney, P. (1999). Host perceptions of sociocultural impacts. *Annals of tourism Research*, 26(3), 493-515.
- Budeanu, A. (2005). Impacts and responsibilities for sustainable tourism: a tour operator's perspective. *Journal of Cleaner Production*, 13(2), 89-97.
- Budeanu, A. (2007). Sustainable tourist behaviour -a discussion of opportunities for change. *International Journal of Consumer Studies*, 31(5), 499-508.
- Butler, R. (1995). Introduction. In: Butler, R., and Pearce, D. (Eds.), *Change in Tourism: People, Places and Process*. Routledge, New York, 1-11.
- Cahyanto, I., Pennington-Gray, L., and Thapa, B. (2013). Tourist–resident interfaces: Using reflexive photography to develop responsible rural tourism in Indonesia. *Journal of Sustainable Tourism*, 21(3), 1-18.

- Camilleri, M.A. (2016). Responsible tourism that creates shared value among stakeholders. *Tourism Planning Development*, 13(2), 219-235.
- Cape Town Declaration. (2002). *Cape Town Declaration Cape Town Conference on Responsible Tourism in destinations*. Retrieved June, 23 2021, from <https://responsiblecapetown.co.za/overview/cape-towns-responsible-tourism-journey.html>
- Carasuk, R. (2011). *Responsible Tourism Qualmark accreditation: a comparative evaluation of tourism businesses and tourists' perceptions*. LEaP Research Report No. 19. Canterbury: Lincoln University.
- Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Caruana, R., Glozer, S., Crane, A., and McCabe, S. (2014). Tourists' accounts of responsible tourism. *Annals of Tourism Research*, 46(May), 115-129.
- Chettiparamb, A., and Kokkranikal, J. (2012). Responsible tourism and sustainability: the case of Kumarakom in Kerala, India. *Journal of Policy Research in Tourism Leisure and Events*, 4(3), 302-326.
- Cheung, G.W., and Rensvold, R.B. (2002). Evaluating goodness-of-fit indexes for testing measurement invariance. *Structural Equation Modeling*. 9(2), 233-255.
- Chia, K.W., Ramachandran, S., and Ho, J.A. (2018). Conflicts to consensus: Stakeholder perspectives of Tioman Island tourism sustainability. *International Journal of Business and Society*, 19(1), 159-174.
- Chiappa, G.D., Grappi, S., and Romani, S. (2016). Attitudes towards responsible tourism and behavioral change to practice it: A demand-side perspective in the context of Italy. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 7(2), 191-208.
- Darson, M., Wahab, M., Kassim, E., and Hanafiah, M. (2013). Responsible tourism: Linking perceived benefits and practices in Pangkor Island. *Hospitality and Tourism: Synergizing Creativity and Innovation in Research*. New York: Taylor & Francis Group, LLC. 29.
- Davis, J.L., Green, J.D., and Reed, A. (2009). Interdependence with the environment: Commitment interconnectedness, and environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 29(2), 173-180.

- Diallo, M.F., Diop-Sall, F., Leroux, E., and Valette-Florence, P. (2015). Responsible tourist behavior: The role of social engagement. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 30(3), 85-104.
- Dolnicar, S. (2010). Identifying tourists with smaller environmental footprints. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(6), 717-734.
- Dredge, D. (2008). *Managing Local Tourism Master class: Eastern Metropolitan Regional Council Workshop Martials, Tweed Heads*. Australia: Southern Cross University.
- Dyer, P., Gursoy, D., Sharma, B., and Carter, J. (2007). Structural modeling of resident perceptions of tourism and associated development on the Sunshine Coast, Australia. *Tourism Management*, 28(2), 409-422.
- Easterlin, R.A. (1974). Does economic growth improve the human lot? some empirical evidence. *Nations & Households in Economic Growth*, 89-125.
- EU. (2003). *Basic Orientations for the Sustainability of European Tourism*. Brussels: Commission of the European Communities.
- Farmaki, A., Constanti, P., Yiasemi, I., and Karis, P. (2014). Responsible tourism in Cyprus: the rhetoric and the reality. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(1), 10-26.
- Fatin, H., Amirah, A., and Khairani, N. (2014). Determinants of tourist perception towards responsible tourism: A study at Malacca world heritage site. Radzi, S.M., Bakhtiar, M.F.S., Mohi, Z., Mohd Zahari, M.S., Sumarjan, N., Chilk, C.T., and Anuar, F.I. (Eds.), *Theory and practices in hospitality and tourism research*, 269-273. Oxford: CRC Press.
- Fennell, D.A. (2006). Evolution in tourism: The theory of reciprocal altruism and tourist–host interactions. *Current Issues in Tourism*, 9(2), 105-124.
- Fernandez, C.J., Raitzer, D., and Ginting, E. (2019). *Potential use of the Life Satisfaction Approach to Value Non Market Goods and Services*. ADB Economics Working Paper Series (NO. 569). Manila: Asian Development Bank.
- Font, X., and Lynes, J. (2018). Corporate social responsibility in tourism and hospitality. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(7), 1027-1042.
- Frey, B., Luechinger, S., and Stutzer, A. (2010). The life satisfaction approach to environmental valuation. *Annual Review of Resource Economic*, 2(1), 139-160.

- Frey, N., and George, R. (2010). Responsible tourism management: The missing link between business owners' attitudes and behaviour in the Cape Town tourism industry. *Tourism Management*, 31(5), 621-628.
- Frey, N., and George, R. (2010). Responsible tourism management: the missing link between business owners' attitudes and behavior in the Cape Town tourism industry. *Tourism management*, 31(5), 621-628.
- García, F.A., Vázquez, A.B., and Macías, R.C. (2015). Resident's attitudes towards the impacts of tourism. *Tourism Management Perspectives*, 13(1), 33-40.
- Garver, M.S., and Mentzer, J.T. (1999) Logistics research methods: employing structural equation modelling to test for construct validity. *Journal of Business Logistics*, 20(1), 33-57.
- Global Sustainable Tourism Council (2022). *What can you do to Travel Responsibly?* Retrieved June 17, 2022, from <https://www.gstcouncil.org/for-travelers/#:~:text=Responsible%20Travel%20is%20a%20term,and%20by%20the%20tourism%20industry>
- Godfrey, K.B. (1998). Attitudes towards 'sustainable tourism' in the UK: A view from local government. *Tourism Management*, 19(3), 213-224.
- Gong, J., Detchkhajornjaroensri, P., and Knight, D.W. (2018). Responsible tourism in Bangkok, Thailand: Resident perceptions of Chinese tourist behaviour. *International Journal of Tourism Research*, 21(2), 221-233.
- Gonzalez, C., Korchian, M., Menuet, L., and Urbain, C. (2009). How do socially responsible consumers consider consumption? An approach with the Free Associations Method. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 24(3), 25-41.
- Goodwin, H. (2002). The case for responsible tourism. Chapter in Jenkins, T. *Ethical Tourism: Who Benefits?* London: Hodder and Stoughton.
- Goodwin, H. (2011). *Taking Responsibility for Tourism: Responsible Tourism Management*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Goodwin, H. (2014). *What is Responsible Tourism?* Retrieved April 21, 2021, from <https://responsibletourismpartnership.org/what-is-responsible-tourism/>
- Goodwin, H. (2016). *Responsible tourism: Using Tourism for Sustainable Development*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.

- Goodwin, H., and Francis, J. (2003). Ethical and responsible tourism: Consumer trends in the UK. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 271-284.
- Gursoy, D., Chi, C.G., and Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: the case of Sunshine coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381–94.
- Hafiz, M., Jamaluddin, M., Zulkifly, M., and Othman, N. (2014). Exploring responsible tourism development facet. Radzi, S.M., Bakhtiar, M.F.S., Mohi, Z., Mohd Zahari, M.S., Sumarjan, N., Chilk, C.T., and Anuar, F.I. (Eds.), *Theory and practices in hospitality and tourism research*, 173-177. Oxford: CRC Press.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., and Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th ed. New Jersey: Prentice-Hall International.
- Hanafiah, M. H., Azman, I., Jamaluddin, M. R., and Aminuddin, N. (2016). Responsible Tourism Practices and Quality of Life: Perspective of Langkawi Island communities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 222, 406-413.
- Hoelter, J.W. (1983). The analysis of covariance structures: Goodness-of-Fit indices. *Sociological Methods & Research*, 11(3), 325-344.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. John Wiley & Sons, New York.
- International Conference on Responsible Tourism in Destinations (ICRTD), 2002. *The Cape Town Declaration, Cape Town*. Retrieved May, 17, 2021, from <http://www.Responsibletourismpartnership.org/CapeTown.html>
- Jöreskog, K.G., and Sörbom, D. (1999). *LISREL 8 User's Reference Guide*. Lincolnwood, IL: Scientific Software International, Inc.
- Kaplanidou, K., Karadakis, K., Gibson, H., Thapa, B., Walker, M., Geldenhuys, S., and Coetzee, W. (2013). Quality of life, event impacts, and mega-event support among South African residents before and after the 2010 FIFA World Cup. *Journal of Travel Research*, 52(5), 631-645.
- Kim, K., Uysal, M., and Sirgy, M.J. (2013). How does tourism in a community impact the quality of life of community residents? *Tourism Management*, 36(June), 527-540.
- Kim, M.J., Park, J.Y., Reisinger, Y., and Lee, C.K. (2018). Predicting responsible tourist behavior. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 32(4), 5-20.

- Kline, R.B. (2011). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. 3rd ed. New York: The Guilford Press.
- Kline, R.B. (2012). Assumptions of structural equation modeling. *Handbook of Structural Equation Modeling*. Hoyle, R. New York: Guilford Press, 111-125.
- Krippendorff, J. (1987). Ecological approach to tourism marketing. *Tourism Management*, 8(2), 174-176.
- Kumar, A., and Nandani, G. (2016). Responsible tourism: Awareness among host community. *Quest-The Journal of UGC-HRDC*, 10(3), 293-298.
- Látková, P., and Vogt, C.A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of travel research*, 51(1), 50-67.
- Lee, T.H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 34(February), 37-46.
- Lee, T.H., Jan, F.H. and Yang, C.C. (2013). Conceptualizing and measuring environmentally responsible behaviors from the perspective of community-based tourists. *Tourism Management*, 36(June), 454-468.
- Levinson, A. (2009). *Valuing Public Goods Using Happiness Data: The Case of Air Quality*. NBER Working Papers 15156, Cambridge: National Bureau of Economic Research.
- Lew, A.A., Ng., P.T., Ni, C-C., and Wu, T-C. (2016). Community Sustainability and Resilience: Similarities, Differences and Indicators. *Tourism Geographies*, 18(1), 18-27.
- Lian, H., and Wang, E.-d. (2017). Valuing air quality in tourism cities based on the tourist satisfaction approach. *Proceedings of International Conference on Energy Development and Environmental Protection (EDEP 2017)*, 277-282.
- Lindberg, K., and Johnson, R.L. (1997). Modeling resident's attitude toward tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 402-424.
- Liu, J., Qu, Hl, Huang, D., Chen, G., Yue, X., Zhao, X., and Liang, Z. (2014). The role of social capital in encouraging residents' pro-environmental behaviors in community-based ecotourism. *Tourism Management*, 41(April), 190-201.
- Luechinger, S. (2009). Valuing air quality using the life satisfaction approach. *The Economic Journal*, 119(536), 482-515.
- Mahalic, T. (2013). *A Green tourism barometer in the time of economic crisis - the concept and case of Slovenia*. In: Paper presented at the conference Tourism in Southern and Eastern Europe.

- Mahalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse – Towards ‘responsustable’ tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111(Part B), 461-470.
- Mahalic, T., Žabkar, V., and Knežević Cvelbar, L. (2012). Hotel sustainability business model: evidence form Slovenia. *Journal Sustainable Tourism*, 20(5), 701-719.
- Manente, M., Minghetti, V., and Mingotto, E. (2014). *Responsible Tourism and CSR Assessment Systems for Sustainable Development of SMEs in Tourism*. New York: Springer International Publishing.
- Martínez, P., Pérez, A., and Rodríguez del Bosque, I. (2013). Measuring corporate social responsibility in tourism: Development and validation of an efficient measurement scale in the hospitality industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(4), 365-385.
- Marušić, Z., Sever, I., Basta, J., and Žmuk, B. (2018). Towards informed and responsible environmental management: A case study of economic valuation of natural resources in Croatia. *Tourism*, 60(4), 461-475.
- Mathew, P.V., and Kuriakos, V. (2018). Measurement for responsible tourism: Development of a stakeholder-based scale. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, 9(1), 132-152.
- Mathew, P.V., and Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31(June), 83-89.
- Muthén, L.K., and Muthén, B.O. (2012). *Mplus User's Guide*. 7th Los Angeles, CA.
- Nunkoo, R. (2015). Tourism development and trust in local government. *Tourism Management*, 46(February), 623–634.
- Nunkoo, R., and Smith, S.L. (2013). Political economy of tourism: trust in government actors, political support, and their determinants. *Tourism Management*, 36(June), 120–132.
- Nunkoo, R., and So, K.K.F. (2016). Residents' support for tourism: testing alternative structural model. *Journal of Travel Research*, 55(7), 847-861.
- Olimpia, S., and Daniel, B. (2016). Aspects of responsible tourism—A quantitative approach. *AMFITEATRU Economic Journal*, 18(S10), 781-797.
- Paris, C.M., Musa, G., and Thirumoorthi, T. (2015). A comparison between Asian and Australasia backpackers using cultural consensus analysis. *Current Issues in Tourism*, 18(2), 175-195.

- Paul V. Mathew & Sreejesh, S. (2017). Impact of responsible tourism on destination sustainability and quality of life of community in tourism destinations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 83-89.
- Paul, V.M., and Rupesh, K.K. (2014). Responsible tourism: A strategy for grass root level empowerment. *Innovative Issues and Approaches in Social Sciences*, 7(1), 53-70.
- Peloza, J., and Shang, J. (2011). How can corporate social responsibility activities create value for stakeholders? A systematic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 117-135.
- Perdue, R.R., Long, P.T., and Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research*, 17(4), 586-599.
- Prince, S., and Ioannides, D. (2017). Contextualizing the complexities of managing alternative tourism at the community-level: A case study of a nordic eco-village. *Tourism Management*, 60(June), 348-356.
- Ridderstaat, J., Croes, R., and Nijkamp, P. (2013). Tourism and long-run economic growth in Aruba. *International Journal of Tourism Research*, 16(5), 472-487.
- Ritchie, J.I.B., and Crouch, G.I. (2000). The competitive destination: a sustainable perspective. *Tourism Management*, 21(1), 1-7.
- Robinot, E., and Giannelloni, J.L. (2010). Do hotels' 'green' attributes contribute to customer satisfaction? *Journal of Services Marketing*, 24(2/3), 157-169.
- Shahzalal, M., and Font, X. (2018). Influencing altruistic tourist behaviour: Persuasive communication to affect attitudes and self-efficacy beliefs. *International Journal of Tourism Research*, 20(3), 326-334.
- Shamsub, H., and Lebel, L. (2012). Identifying tourists with sustainable behaviour: A study of international tourists to Thailand. *Journal of Environmental Management*, 1(5), 25-40.
- Sin, H.L., and Minca, C. (2014). Touring responsibility: The trouble with 'going local' in community-based tourism in Thailand. *Geoforum*, 51(January), 96-106.
- Sirgy, M.J., and Lee, D.-J. (1996). Setting socially responsible marketing objectives: a quality-of-life approach. *European Journal of Marketing*, 30(5), 20-34.
- Sivo, S.A., Saunders, C., Chang, Q., and J.J. Jiang (2006). How low should you go? Low response rates and the validity of inference in IS questionnaire research. *Journal of the AIS*, 7(6), 351-414.

- Spenceley, A. (2008). *Responsible tourism: Critical issues for conservation and development*. London: Routledge.
- Stanford, D. (2006). *Responsible Tourism, Responsible Tourists: What makes an responsible tourists in New Zealand?* Wellington: for the degree of Doctor of Philosophy in Tourism Management, Victoria University of Wellington.
- Steiger, J.H. (2007). Understanding the limitations of global fit assessment in structural equation modeling. *Personality and Individual Differences*. 42(5), 893-898.
- Stoffelen, A., Adiyia, B., Vanneste, D., and Kotze, N. (2020). Post- apartheid local sustainable development through tourism: an analysis of policy perceptions among ‘responsible’ tourism stakeholders around Pilanesberg National Park, South Africa. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(3), 414-432.
- Su, M.M., and Wall, G. (2015). Community involvement at Great Wall World Heritage sites, Beijing, China. *Current Issues in Tourism*, 18(2), 137–157.
- Tabachnick, B.G., and Fidell, L.S. (2012). *Using Multivariate Statistics*. 6th ed. New York: Pearson.
- Teng, Y.M., Wu, K.S., and Liu, H.H. (2015). Integrating altruism and the theory of planned behavior to predict patronage intention of a green hotel. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 39(3), 299-315.
- Tour Operators Initiative. (2002). *Case Studies of Good Practice for Sustainable Tourism*. Retrieved April 21, 2021, from <https://www.eldis.org/document/A12200>
- Um, S., and Crompton, J. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.
- UNEP, and UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable–A Guide for Policy Makers*. UNEP and UNWTO.
- UNESCO. (2002) *Cape Town Declaration on Responsible Tourism*. Paris: United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization.
- UNWTO (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook*. United Nations World Tourism Organization, Madrid.
- UNWTO. (2020). *World Tourism Barometer*. 18(6). Madrid: UNWTO.
- Van Der Merwe, M., and Wöcke, A. (2007). An investigation into responsible tourism practices in the South African hotel industry. *South African Journal of Business Management*, 38(2), 1-15.

- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: between agency and communion. *Journal of Business Ethice*, 44(2-3), 95-105.
- Vu, C.M. (2015). Responsible tourism: from theory to practice, the case of Vietnam. *Proceedings of the International Conference on Finance and Economics (ICFE 2015)*, 752-761.
- Weeden, C. (2014). *Responsible Tourist Behaviour*. London: Routledge.
- WEF. (2009). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009*. Geneva: World Economic Forum.
- WEF. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2009*. Geneva: World Economic Forum.
- Welsch, H. (2007). Environment and happiness: Valuation of air pollution using life satisfaction data. *Ecological Economics*, 58(4), 801-813.
- Wheeller, B. (1993). Sustainnign the Ego. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(2), 121-129.
- WTTC. (2020). *Thailand 2020 Annual Research: Key Highlights*. London: World Travel & Tourism Council.
- Yakushiji, H. (2010). *Responsible Behaviour Amongst Backpacker Tourists in Less Development Countries: A Case Study of Thailand*. Exeter: for the degree of Doctor of Philosophy in Management Studies, The University of Exeter.
- Yoon, A., Jeong, D., Chon, J., and Yoon, J.-H. (2019). A study of consumers' intentions to participate in responsible tourism using message framing and appeals. *Sustainability*, 11(3), 1-14.
- Yoon, Y., Gursoy, D., and Chen, J.S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363-372.
- Yu, C.P., Chancellor, C.H., and Cole, S.T. (2011). Measuring residents' attitudes toward sustainable tourism: a reexamination of the sustainable tourism attitude scale. *Journal of Travel Research*, 50(1), 57-63.
- Zagonari, F. (2019). Multi-criteria, cost-benefit, and life-cycle analyses for decision-making to support responsible, sustainable, and alternative tourism. *Sustainability*, 11(4), 1-35.
- Zgolli, S., and Zaiem, I. (2018). The responsible behavior of tourist: The role of personnel factors and public power and effect on the choice of destination. *Arab Economics and Business Journal*, 13(2), 168-178.

Zhang, J. (2016). Weighing and realizing the environmental, economic and social goals of tourism development using an analytic network process-goal programming approach. *Journal of Cleaner Production*, 127(20), 262-273.

ภาคผนวก: เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1/4

แบบสอบถาม	วันที่...../...../ 2564 ชุดที่.....
“การรับรู้การจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบของคนท้องถิ่น”	ผู้สัมภาษณ์.....
	สถานที่สัมภาษณ์ ☐ เชียงคาน ☐ บ่อสวก

- ก. ท่านมีอายุระหว่าง 18 – 65 ปี หรือไม่ ☐ ไม่ใช่ ☐ ใช่
- ข. ใน 5 ปีที่ผ่านมา ท่าน**พำนักรึ้ออาศัยอยู่ในท้องถิ่นนี้หรือไม่** ☐ ไม่ใช่ ☐ ใช่
- ค. ท่านทราบหรือไม่ว่า ท้องถิ่นของท่าน**เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว** ☐ ไม่ทราบ ☐ ทราบ
- หากตอบข้อใดข้อหนึ่ง “ไม่ใช่/ไม่ทราบ” ไม่ต้องสอบถามต่อ เนื่องจากไม่ใช่ประชากรเป้าหมาย**

ตอนที่ 1 มุมมองต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

1. ท่าน**เห็นด้วย**กับข้อความเหล่านี้นักน้อยเพียงใด

รายการ	เห็นด้วยน้อยที่สุด → เห็นด้วยมากที่สุด									
1) ชุมชนและผู้เยี่ยมชมต่างก็ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสามารถบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการยอมรับประสบการณ์ทางสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้ประสบการณ์ที่เพลิดเพลินผ่านการเชื่อมโยงทางสังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบช่วยฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวเคารพวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของจุดหมายปลายทาง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวสนใจวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ดนตรี อาหาร งานฝีมือ ฯลฯ ของจุดหมายปลายทาง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10)การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ เชื้อชาติ ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกหรือของฝากที่ผลิตในท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12)การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายภายในจุดหมายปลายทาง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ตอนที่ 2 ความเกี่ยวข้องและการรับรู้ถึงการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

2. ท่านประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือไม่

- ☐ ใช่ ☐ เป็นอาชีพหลัก ☐ เป็นอาชีพเสริม โดยได้รับรายได้ประมาณ บาท/เดือน
☐ ไม่ใช่ เพราะ ☐ ไม่สนใจ ☐ ไม่มีเวลา ☐ ขาดเงินทุน ☐ ขาดทักษะความรู้ ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

3. ก่อนการระบาดของโควิด-19 (ก่อนปี พ.ศ. 2563) ท่านมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือไม่

- ☐ ไม่มีส่วนร่วม เพราะ
☐ มีส่วนร่วม จำนวน ครั้ง/ปี โดยมีส่วนร่วมในเรื่อง.....

4. ก่อนการระบาดของโควิด-19 (ก่อนปี พ.ศ. 2563) ท่านเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือไม่

- ☐ ไม่เคยเข้าร่วม เพราะ
☐ เข้าร่วม จำนวน ครั้ง/ปี โดยเข้าร่วมกิจกรรม.....

5. ท่านรับรู้ว่าท้องถิ่นที่ท่านพำนักอยู่มีการจัดการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เหล่านี้ ระดับใด

รายการ	รับรู้่น้อยที่สุด → รับรู้มากที่สุด									
1) มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) มีการจัดการที่ลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) มีการแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) มีการดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) มีการดูแลในเรื่องความสะอาดและสภาพแวดล้อมของชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. ท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้ในระดับใด โดยเริ่มต้นประโยคว่า “การจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของท่านช่วย ...”

รายการ	เห็นด้วยน้อยที่สุด → เห็นด้วยมากที่สุด									
1) เพิ่มโอกาสให้คนท้องถิ่นมีงานทำ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) เพิ่มโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) พัฒนาทักษะด้านต่างๆ ให้กับคนท้องถิ่น เช่น การให้บริการการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) สนับสนุนธุรกิจและ/หรือสาหกิจภายในท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) เพิ่มโอกาสการจ้างงานในสาขาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7) สนับสนุนผู้ประกอบการในสาขาเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8) พัฒนาทักษะในการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9) ทำให้คนท้องถิ่นรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10) ทำให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11) ทำให้เกิดการอนุรักษ์ประเพณีท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12) ทำให้เกิดการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13) ทำให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14) ทำให้ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่น่าอยู่และสะอาด	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15) ทำให้เกิดการจัดการขยะภายในชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมในสังคม

7. ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

รายการ	สำคัญน้อยที่สุด → สำคัญมากที่สุด									
1) ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) ความตระหนักต่อเรื่องที่สังคมกำลังกังวลในปัจจุบัน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) ความห่วงใยที่มีต่อผู้อื่นในสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) การแบ่งปันประสบการณ์ใหม่ให้กับสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) การใช้เวลาร่วมในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ตอนที่ 4 การสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยว

8. ท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้ในระดับใด

รายการ	เห็นด้วยน้อยที่สุด → เห็นด้วยมากที่สุด									
1) ท่านยินดีปฏิบัติตามข้อตกลงของชุมชนเพื่อลดผลกระทบจากการท่องเที่ยว เช่น การดูแลความสะอาดและสภาพแวดล้อมบริเวณที่อยู่อาศัย ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) ท่านยินดีให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น แต่งกายพื้นเมือง ร่วมงานประเพณีท้องถิ่น ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) หากมีการประชุมหารือเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ท่านยินดีเข้าร่วมและ/หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) ท่านยินดีร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นภายในท้องถิ่นทุกครั้งที่มีโอกาส	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) ท่านมักให้ความช่วยเหลือและแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวทุกครั้งที่มีโอกาส	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) ท่านยินดีสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ตอนที่ 5 ความพึงพอใจต่อคุณภาพชีวิต

9. ในปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา (ก่อนการระบาดของโควิด-19) เมื่อสำรวจตัวเองและประเมินความรู้สึกตัวเอง ท่านรู้สึกพึงพอใจในชีวิตระดับใด

ไม่พึงพอใจในชีวิตเลย

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

 พึงพอใจมากที่สุด

10. ในปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา (ก่อนการระบาดของโควิด-19) เมื่อสำรวจและประเมินความรู้สึกตัวเอง ท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้ระดับใด

รายการ	เห็นด้วยน้อยที่สุด → เห็นด้วยมากที่สุด									
1) ท่านรู้สึกพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่ของท่าน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) ท่านรู้สึกพึงพอใจกับการใช้ชีวิตหรือวิถีชีวิตของตนเอง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) ท่านรู้สึกว่าชีวิตความเป็นอยู่ของท่านดีกว่าคนอื่น ๆ ในชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ตอนที่ 6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

11. ท่านมีอายุปี (หรือเกิดในปี พ.ศ.) เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
12. ท่านทำนกอาศัยอยู่ในท้องถิ่นนี้ตั้งแต่กำเนิด ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่ โดยย้ายมาอาศัยอยู่ในท้องถิ่นนี้เป็นระยะเวลา.....ปี
13. ระดับการศึกษาสูงสุด
- | | | | |
|--|--|---|--|
| ☐ ไม่ได้รับการศึกษา | ☐ ต่ำกว่ามัธยมต้น | ☐ มัธยมต้น | ☐ มัธยมปลาย/ปวช. |
| ☐ อนุปริญญา/ปวส. | ☐ ปริญญาตรี | ☐ สูงกว่าปริญญาตรี | ☐ อื่นๆ (ระบุ)..... |
14. อาชีพหลัก
- | | | |
|---|--|--|
| ☐ เกษียณอายุ/ไม่ได้ประกอบอาชีพ | ☐ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ | ☐ พนักงานบริษัทเอกชน/โรงงาน |
| ☐ เกษตรกร | ☐ ธุรกิจส่วนตัว | ☐ รับจ้างรายวัน |
| ☐ อื่นๆ (ระบุ)..... | | |
15. ปัจจุบันท่านมีรายได้ (ก่อนหักภาษี) เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ
- | | | |
|--|--|--|
| ☐ น้อยกว่า 10,001 บาท ระบุรายได้..... | | |
| ☐ ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท | ☐ ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท | ☐ ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท |
| ☐ ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท | ☐ ระหว่าง 30,001 – 35,000 บาท | ☐ ระหว่าง 35,001 – 40,000 บาท |
| ☐ ระหว่าง 40,001 – 45,000 บาท | ☐ ระหว่าง 45,001 – 50,000 บาท | |
| ☐ มากกว่า 50,000 บาท ระบุรายได้..... | | |
- กรณีที่เป็น แม่บ้านและไม่มียาได้ คู่สมรสของท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน บาท/เดือน
- กรณีเป็น นักศึกษา/นักเรียน และรับรายได้จากผู้ปกครอง ผู้ปกครองของท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน บาท/เดือน

😊😊😊😊😊😊 ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ 😊😊😊😊😊😊

แบบสอบถาม “พฤติกรรมและประสบการณ์ของผู้เยี่ยมชม”	วันที่...../...../ 2564 ชุดที่..... ผู้สัมภาษณ์..... สถานที่สัมภาษณ์.....
--	---

- ก. ท่านมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป หรือไม่ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- ข. ท่านเดินทางมาเยือนเชียงคานในครั้งนี้ เพื่อท่องเที่ยวและ/พักผ่อนหย่อนใจหรือไม่ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
- หากตอบข้อใดข้อหนึ่ง “ไม่ใช่” ไม่ต้องสอบถามต่อ เนื่องจากไม่ใช่ประชากรเป้าหมาย

ตอนที่ 1 พฤติกรรมและประสบการณ์ท่องเที่ยว

1. ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ท่านเคยมาเยือนเชียงคานหรือไม่
☐ ไม่เคย (ครั้งนี้เป็นครั้งแรก) ☐ เคย ครั้งนี้เป็นครั้งที่.....
2. ระยะเวลาที่ท่านใช้ในการมาเยือนเชียงคานในครั้งนี้
☐ พักค้างคืน เป็นเวลาวันคืน ☐ ไป-กลับ โดยใช้เวลาในเชียงคาน ชั่วโมง
3. ลักษณะของการมาเยือนเชียงคานในครั้งนี้ (ตอบได้เพียง 1 ข้อ)
☐ มาคนเดียว ☐ มากับครอบครัว คน ☐ มากับกลุ่มเพื่อน คน
☐ มากับบริษัททัวร์ คน ☐ มากับคณะดูงาน คน
4. ท่านรับรู้ข้อมูลของเชียงคานจากช่องทางใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ เพื่อน/ญาติ/คนใกล้ชิด ☐ โทรศัพท์/วิทยุ ☐ หนังสือ/นิตยสารท่องเที่ยว ☐ โปสเตอร์/แผ่นพับ
☐ Social media/application ☐ Facebook ☐ Pantip ☐ TripAdvisor ☐ อื่นๆ (ระบุ).....
☐ เว็บไซต์ (ระบุชื่อ)
☐ อื่นๆ (ระบุ).....
5. สิ่งต่อไปนี้มีอิทธิพลทำให้ท่านตัดสินใจเดินทางมาเยือนเชียงคานในนี้มากน้อยอย่างไร

รายการ	มีอิทธิพลน้อยที่สุด → มีอิทธิพลมากที่สุด									
1) ความเพลิดเพลินที่จะได้จากการมาเยือน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) อากาศที่เย็นสบายของเชียงคาน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) ความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) ความต้องการผ่อนคลายจากความเครียดในชีวิตประจำวัน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) ความต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) ลักษณะเฉพาะของสิ่งดึงดูดใจ เช่น บ้านเก่า ฟาร์มเกษตรอินทรีย์	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7) ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8) ความต้องการได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9) ความมีชื่อเสียงของเชียงคาน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10) ความต้องการใช้เวลาร่วมกับคนในครอบครัวหรือผู้ใกล้ชิด	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11) สมาชิกในครอบครัวหรือผู้ใกล้ชิดต้องการมาเยือน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12) ความต้องการยกระดับความสัมพันธ์กับคนใกล้ชิด	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13) ความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14) ต้นทุนในการเดินทางอยู่ในงบประมาณที่สามารถจ่ายได้	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15) ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16) ความปลอดภัยของเชียงคาน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17) ความง่ายในการจัดการท่องเที่ยวตามต้องการ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

6. ท่านรับรู้ถึงการจัดการท่องเที่ยวเหล่านี้ของเชียงคานระดับใด

รายการ	รับรู้น้อยที่สุด → รู้มากที่สุด									
1) มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาเยือน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) มีการจัดการที่ลดผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) มีการแบ่งปันผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) มีการดูแลการใช้ประโยชน์พื้นที่สาธารณะ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) มีการดูแลในเรื่องความสะอาดและสภาพแวดล้อมของชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7) เปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

7. การมาเยือนเชียงคานในครั้งนี้ ท่านได้เยี่ยมชมและ/หรือกิจกรรมต่อไปนี้หรือไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ใช้บริการสถานที่พักผ่อนของคนในชุมชน จำนวน คืน ☐ ใช้บริการร้านค้าของคนในชุมชน จำนวน ครั้ง
- ☐ เดินเที่ยวหรือซื้อของในตลาดคนเดิน โดยใช้เวลาประมาณ ชั่วโมง
- ☐ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชน ได้แก่ โดยใช้เวลาประมาณ ชั่วโมง
- ☐ เยี่ยมชมฐานเรียนรู้ของชุมชน ได้แก่ โดยใช้เวลาประมาณ ชั่วโมง
- ☐ ร่วมกิจกรรมกับคนในชุมชน ได้แก่ โดยใช้เวลาประมาณ ชั่วโมง

8. ในขณะที่ท่องเที่ยวเชียงคานในครั้งนี้ ท่านมีพฤติกรรมเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

รายการ	น้อยที่สุด → มากที่สุด									
1) ร่วมกิจกรรมที่ช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อสังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) เลือกกิจกรรมท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) ร่วมกิจกรรมที่ช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรม-ประเพณี และทรัพยากรธรรมชาติ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) ปฏิบัติตามเงื่อนไขและ/กติกาสังคมของชุมชน เช่น แต่งกายให้เหมาะสม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) ท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น ไม่ทิ้งขยะ ลดการใช้พลาสติก/โฟม ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) เลือกที่พักแรมที่เป็นมิตรและใส่ใจสิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7) เลือกที่พักแรมที่เป็นของคนท้องถิ่นและมีการจ้างงานคนท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8) เดินและ/หรือจักรยานในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9) ซื้อของที่ระลึกและ/ของฝากที่ผลิตโดยชุมชน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10) เลือกใช้บริการร้านค้าและ/ร้านอาหารของคนท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11) บริจาคเงินเมื่อจอร์ณในพื้นที่สาธารณะ เช่น ลานวัด โรงเรียน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12) บริจาคเงินเพื่อสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

9. กรุณาระบุระดับความพึงพอใจรวมที่ได้รับหลังจากการเยี่ยมชมเชียงคานในครั้งนี้

รายการ	พึงพอใจน้อยที่สุด → พึงพอใจมากที่สุด									
1) ท่านพึงพอใจกับความเพลิดเพลินในการมาเยือนครั้งนี้	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) ท่านได้รับความพึงพอใจสูงกว่าที่คาดหวังไว้	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) ท่านพึงพอใจกับการตัดสินใจเลือกมาเยือนเชียงคานในนี้	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) โดยรวมท่านพึงพอใจกับประสบการณ์ในการมาเยือนเชียงคานในครั้งนี้	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ตอนที่ 2 ค่าใช้จ่ายในการมาเยือนจุดหมายปลายทางนี้

10. ท่านมีค่าใช้จ่ายในการมาเยือนจุดหมายปลายทางนี้ รวม บาท โดยมีรายละเอียดของค่าใช้จ่าย ดังนี้
- 1) ค่าที่พัก จำนวน คืน บาท/ทริป
 โดยพักที่ ☐ โรงแรม/รีสอร์ท ชื่อ พักจำนวน คืน
☐ เกสต์เฮาส์ ชื่อ พักจำนวน คืน
☐ โฮมสเตย์ ชื่อ พักจำนวน คืน
☐ อื่นๆ (ระบุ) พักจำนวน คืน
 - 2) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม บาท/ทริป
 โดยมีสัดส่วนของการใช้บริการร้านอาหารของชุมชนประมาณร้อยละ.....
 - 3) ค่าของที่ระลึก บาท/ทริป
 - 4) ค่าขนส่งผ่านโบราณ บาท/ทริป
 - 5) ค่าบริการนำเที่ยวในชุมชนและ/ท้องถิ่น บาท/ทริป
 - 6) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่สำคัญ (ระบุ)..... บาท/ทริป
 - 7) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่สำคัญ (ระบุ) บาท/ทริป
 - 8) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่สำคัญ (ระบุ) บาท/ทริป
 - 9) ท่านเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเหล่านี้เอง ใช่หรือไม่ ☐ ใช่ ☐ ไม่ใช่
 - 10) ใครเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ☐ ตัวเอง ☐ ครอบครัว ☐ อื่นๆ (ระบุ).....

ตอนที่ 3 ความตระหนักต่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การมีส่วนร่วมในสังคม และมุมมองต่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

11. ท่านเห็นด้วยกับข้อความต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

รายการ	เห็นด้วยน้อยที่สุด → เห็นด้วยมากที่สุด									
1) นักท่องเที่ยวควรรู้คุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น เคารพต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) นักท่องเที่ยวควรใช้ประโยชน์ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น ไม่ใช้เงินกำลังความสามารถในการรองรับ ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) นักท่องเที่ยวควรมีส่วนรับผิดชอบต่อผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น ทิ้งขยะในภาชนะที่เตรียมไว้ ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) นักท่องเที่ยวควรสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เช่น คำนึงถึงผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยวของตนเอง ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) นักท่องเที่ยวควรปฏิบัติตามกฎกติกาหรือข้อกำหนดของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การไม่ส่งเสียงดัง ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

12. ท่านให้ความสำคัญกับเรื่องต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

รายการ	สำคัญน้อยที่สุด → สำคัญมากที่สุด									
1) ความกระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) ความตระหนักต่อเรื่องที่สังคมกำลังกังวลในปัจจุบัน	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) ความห่วงใยที่มีต่อผู้อื่นในสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) การแบ่งปันประสบการณ์ใหม่ให้กับสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) การใช้เวลาว่างในการช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสในสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) ความสนใจเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

13. ท่านเห็นด้วยกับข้อความเหล่านี้มากน้อยเพียงใด

รายการ	เห็นด้วยน้อยที่สุด → เห็นด้วยมากที่สุด									
1) ชุมชนและผู้เยี่ยมชมต่างก็ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบสามารถบรรเทาผลกระทบเชิงลบที่เกิดจากการท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการยอมรับประสบการณ์ทางสังคม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้ประสบการณ์ที่เพลิดเพลินผ่านการเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม-สังคม และสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้เกิดการเคารพกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบช่วยฟื้นฟูความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวเคารพวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นของจุดหมายปลายทาง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวสนใจวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น ดนตรี อาหาร งานฝีมือ ฯลฯ ของจุดหมายปลายทาง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับความหลากหลายทางสังคมวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ เชื้อชาติ ฯลฯ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกหรือของฝากที่ผลิตในท้องถิ่น	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12) การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายภายในจุดหมายปลายทาง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ตอนที่ 4 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

14. เพศ ☐ หญิง ☐ ชาย อายุ.....ปี (หรือเกิดในปี พ.ศ.)
15. ท่านพำนักอยู่ในจังหวัด..... และอาศัยอยู่ ☐ ในเขตเทศบาล ☐ นอกเขตเทศบาล
16. อาชีพหลักในปัจจุบันของท่าน
- | | | |
|---|---|---|
| ☐ ไม่ได้ประกอบอาชีพใดๆ | ☐ พนักงานบริษัทเอกชน | ☐ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ |
| ☐ ธุรกิจส่วนตัว | ☐ รับจ้าง/กรรมกร | ☐ นักศึกษา/นักเรียน |
| ☐ เกษียณ | ☐ แม่บ้าน | ☐ อื่นๆ (ระบุ)..... |
17. ระดับการศึกษาสูงสุด
- | | | |
|---|--|---|
| ☐ ประถมศึกษา/ต่ำกว่า | ☐ มัธยมศึกษา/อาชีวะ | ☐ ปริญญาตรีหรือสูงกว่า |
|---|--|---|
18. ปัจจุบันท่านมีรายได้ (ก่อนหักภาษี) เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ
- | | |
|--|---|
| ☐ น้อยกว่า 10,001 บาท ระบุรายได้..... | ☐ ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท |
| ☐ ระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท | ☐ ระหว่าง 20,001 – 25,000 บาท |
| ☐ ระหว่าง 25,001 – 30,000 บาท | ☐ ระหว่าง 30,001 – 35,000 บาท |
| ☐ ระหว่าง 35,001 – 40,000 บาท | ☐ ระหว่าง 40,001 – 45,000 บาท |
| ☐ ระหว่าง 45,001 – 50,000 บาท | ☐ มากกว่า 50,000 บาท ระบุรายได้..... |
- กรณีที่เป็นแม่บ้าน และไม่มีรายได้ คู่สมรสของท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน บาท/เดือน
- กรณีเป็นนักศึกษา/นักเรียน และได้รับรายได้จากผู้ปกครอง ผู้ปกครองของท่านมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน บาท/เดือน
19. ปัจจุบันครัวเรือนของท่านมีรายได้ (ก่อนหักภาษี) รวมเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ
- | | |
|--|--|
| ☐ น้อยกว่า 20,001 บาท ระบุรายได้..... | ☐ ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท |
| ☐ ระหว่าง 30,001 – 40,000 บาท | ☐ ระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท |
| ☐ ระหว่าง 50,001 – 60,000 บาท | ☐ ระหว่าง 60,001 – 70,000 บาท |
| ☐ ระหว่าง 70,001 – 80,000 บาท | ☐ ระหว่าง 80,001 – 90,000 บาท |
| ☐ ระหว่าง 90,001 – 100,000 บาท | ☐ มากกว่า 100,000 บาท ระบุรายได้..... |

😊😊😊😊😊 ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ 😊😊😊😊😊

แบบสัมภาษณ์

ต้นทุน-ผลตอบแทนของการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

- 1.1 ชื่อและประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ผู้ประกอบการ ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น)
- 1.2 ชื่อผู้ให้ข้อมูล ตำแหน่ง หน่วยงาน เบอร์โทรศัพท์ และ/Line ID (ถ้ามี)
- 1.3 รูปแบบ ลักษณะ และประเภทกิจกรรมและ/การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 1.4 ประวัติความเป็นมา และพัฒนาการของกิจกรรมและ/การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 1.5 กลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ โครงสร้างตลาด ความเป็นฤดูกาล และแนวโน้มตลาด
 - ลักษณะเฉพาะของกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ (สอบถามถึงโครงสร้างและสัดส่วน รวมทั้งแนวโน้มตลาด) เช่น ช่วงอายุ ประเภทของผู้เยี่ยมชม (Backpack, Economy), รูปแบบการท่องเที่ยว (มาคนเดียว/เป็นกลุ่ม), นักทัศนจร/นักท่องเที่ยว, First visit/Revisit ฯลฯ
 - จำนวนและ/ความแตกต่างของผู้มาใช้บริการในช่วงฤดูท่องเที่ยวกับไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว (โครงสร้าง สัดส่วน และแนวโน้ม) และผู้มาใช้บริการในช่วงหยุดยาวและ/ Week end โดยสอบถามถึงลักษณะของกลุ่มลูกค้าในแต่ละช่วง เช่น ผู้เยี่ยมชมในช่วงฤดูท่องเที่ยวเป็นใคร ช่วงหยุดยาวเป็นใคร เป็นต้น
 - ช่องทางการตลาดและการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เช่น ผ่านบริษัททัวร์/เอเยนต์ โทรศัพท์ email Line Facebook walk-in เป็นต้น

2. รายละเอียดของกิจกรรมและ/การดำเนินงานที่เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

- 2.1 ในมุมมองของท่าน การจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบคืออะไร
- 2.2 เริ่มดำเนินการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบเมื่อไหร่ และมีระยะเวลาในการเตรียมความพร้อมและปรับตัวอย่างไร
- 2.3 ปัจจัยและ/แรงจูงใจที่ทำให้ตัดสินใจดำเนินการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบคืออะไร
- 2.4 ลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมที่เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบมีอะไรบ้าง (สอบถามรายละเอียดแต่ละกิจกรรม)
- 2.5 การสื่อสารกับลูกค้าและชุมชนใกล้เคียงถึงกิจกรรมและ/การดำเนินงานที่เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
- 2.6 การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มลูกค้าหลังจากมีการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
- 2.7 ผลกระทบและ/การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเมื่อมีการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ได้แก่ ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

3. รายรับ-ต้นทุนของการดำเนินงานและการจัดการ (แยกตามกิจกรรม)
 - 3.1 รายรับจากการดำเนินงานของกิจกรรมที่ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (สอบถามทั้งปริมาณและราคา รวมถึงความแตกต่างระหว่างช่วงฤดูท่องเที่ยวกับไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยว)
 - รายรับจากการดำเนินงานของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก่อนมีการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
 - รายรับหลังจากการดำเนินงานจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
 - 3.2 ต้นทุน (คงที่และผันแปร) ที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน โดยแยกระหว่างต้นทุนการดำเนินงานของกิจกรรมที่ให้บริการท่องเที่ยว กับ ต้นทุนการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
 - เงินลงทุนแรกเริ่มและที่มาของเงินลงทุน หากเป็นเงินกู้ยืม สอบถามถึงอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาการผ่อนชำระ รวมถึงแหล่งเงินกู้
 - ต้นทุนคงที่ เช่น การลงทุนก่อสร้าง ปรับปรุง ค่าอุปกรณ์ ฯลฯ
 - ต้นทุนผันแปร เช่น ค่าซ่อมแซมบำรุงรักษา ค่าวัสดุดิบ ค่าสาธารณูปโภค ค่าแรงงาน ฯลฯ
 - การสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐ (ถ้ามีให้ระบุรายละเอียด) เช่น Green hotel ฯลฯ
 - 3.3 ผลประโยชน์อื่นๆ ที่เกิดจากการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เช่น ลูกจ้างมีพฤติกรรมลดการใช้ถุงพลาสติก ใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น
4. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
5. ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
6. สิ่งที่ภาครัฐและ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการเพื่อสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
7. ข้อเสนอแนะอื่นๆ สำหรับผู้ที่สนใจจะจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ

แบบประเมินการจัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อ

1) การลดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม

- ☐ มีการจัดการการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้หลอดที่ประหยัดพลังงานไฟฟ้า ใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าเบอร์ห้า ใช้ระบบอัตโนมัติในการปิด-เปิดไฟในพื้นที่ส่วนกลาง เป็นต้น
- ☐ มีการดำเนินงานที่ลดของเสีย สิ่งปฏิกูล และลดการบริโภคที่ไม่จำเป็น เช่น ลดการใช้พลาสติก เตรียมอาหารที่พอดีกับลูกค้า/ผู้มาใช้บริการ ใช้วัตถุดิบอย่างคุ้มค่าโดยพยายามให้เหลือทิ้งน้อยที่สุด การขอความร่วมมือให้ผู้เข้าพักใช้ผ้าเช็ดตัวซ้ำ เป็นต้น
- ☐ มีการดำเนินงานที่ทำให้เกิดการลดการใช้น้ำ และ/มีการใช้น้ำอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น มีการนำน้ำล้างแก้วมาใช้น้ำรดต้นไม้ ไม่รดน้ำต้นไม้ตอนกลางวัน (รดน้ำต้นไม้เฉพาะช่วงเช้ามืดกับเย็น) ใช้ก๊อกน้ำแบบประหยัดน้ำ ใช้ชักโครกแบบประหยัดน้ำ (เช่น แบบ 3 กับ 6 ลิตร) มีการวางระบบการให้น้ำต้นไม้ที่ช่วยประหยัดน้ำ เป็นต้น
- ☐ มีการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ Organic แทนสารเคมี ใช้สารเคมีในการทำการเกษตรที่ปลอดภัย เป็นต้น
- ☐ มีการจัดการขยะที่ทิ้งแล้ว เช่น การคัดแยกขยะเพื่อนำขยะ recycle ไปขาย มีการนำขยะอินทรีย์มาทำปุ๋ยหรือน้ำหมัก เป็นต้น

2) การลดผลกระทบเชิงลบด้านสังคม-วัฒนธรรม

- ☐ ไม่มีการใช้แรงงานเด็ก และ/แรงงานต่างด้าวที่ไม่ได้ขึ้นทะเบียนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย
- ☐ มีข้อปฏิบัติสำหรับผู้มาใช้บริการ เช่น ขอความร่วมมือในการไม่จอดรถกีดขวางในชุมชน ไม่ส่งเสียงดังจนรบกวนชุมชน ไม่ทิ้งขยะในที่สาธารณะ เป็นต้น

3) การสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน/ท้องถิ่น

- ☐ มีการจ้างแรงงานที่เป็นคนในชุมชน/ท้องถิ่น
- ☐ มีการใช้สินค้าและวัตถุดิบที่ผลิตภายในชุมชน/ท้องถิ่น เช่น วัตถุดิบในการประกอบอาหาร ใช้ของตกแต่งร้านจากผลิตภัณฑ์ในชุมชน เป็นต้น
- ☐ มีการสนับสนุนสินค้าและกิจกรรมของชุมชน/ท้องถิ่น ได้แก่ มีพื้นที่แสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชน มีการนำเสนอกิจกรรมและโปรแกรมท่องเที่ยวในชุมชน เป็นต้น

การศึกษานี้ได้ให้ข้อเสนอแนะบางประการเพื่อการขยายแนวทางการจัดการ
การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยภาครัฐควรมีนโยบาย
ที่สร้างแรงจูงใจทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ รวมถึงการให้ความรู้
และสร้างความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว
ในเรื่องผลในระยะยาวที่เกิดจากการจัดการตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
รวมถึงการจัดทำและเผยแพร่ชุดข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลและการดำเนินงาน
ของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เป็นไปตามแนวทางการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ
ในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้สามารถสื่อสารได้โดยตรงกับนักท่องเที่ยวและ/คนที่สนใจ



ภายใต้
แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead)
ด้านสังคม คนไทย 4.0

สนับสนุนโดย: สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)