

โครงการ : ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้สำหรับ
นักท่องเที่ยวกลุ่มบำเพ็ญประโยชน์
ชื่อนักวิจัย : นางพงษ์จันทร์ คล้ายอุดม
E mail address : pongchan_aew@yahoo.co.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์นโยบายภาครัฐและเงื่อนไขที่ส่งเสริมกระบวนการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ เพื่อศึกษากระบวนการจัดการเรียนรู้การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ ที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเพื่อศึกษามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐศาสตร์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ และ เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ท่องเที่ยวเพื่อสร้างการเรียนรู้สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มบำเพ็ญประโยชน์ในประเทศไทย โดยทำการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์จำนวน 400 ชุด ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ 400 ชุด และจัดประชุมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นจากตัวแทนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบบำเพ็ญประโยชน์ จำนวน 150 คน

ผลการศึกษาโดยสรุปดังนี้ ไม่มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ ที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมแต่มีการสนับสนุนเป็นรายโครงการ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียนที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 63.50 รองลงมา เป็นกลุ่มอายุระหว่าง 20-25 ปี พบว่าส่วนใหญ่ติดต่อผ่านทางบริษัททัวร์ หรือหน่วยงานที่ทำหน้าที่บำเพ็ญประโยชน์คิดเป็นร้อยละ 67.00 รองลงมา ติดต่อผ่านทางสถาบันการศึกษา คิดเป็นร้อยละ 21.75 และเดินทางมาด้วยตนเองคิดเป็นร้อยละ 8.50 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 52.75 รองลงมาเดินทางมากับสถานศึกษาคิดเป็นร้อยละ 21.75 ร้อยละ 3.75 เดินทางมากับครอบครัว ด้านระยะเวลาในการเดินทางเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ใช้เวลาในประเทศไทย 2 สัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 64.75 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์นิยมส่วนใหญ่เป็นการดูแลสัตว์ เช่น ช้าง สุนัข ชะนี คิดเป็นร้อยละ 43.25 รองลงมา เป็นสร้างสาธารณูปโภค และการดูแลเด็กและดูแลผู้ป่วย คิดเป็นร้อยละ 19.75 และ 15.25 ตามลำดับ ด้านกิจกรรมที่เรียนรู้จากการบำเพ็ญประโยชน์พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน รองลงมาเรียนรู้ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม ประเพณีไทย คิดเป็นร้อยละ 60.25 และ 19.75 ตามลำดับ ด้านกระบวนการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ในประเทศไทยพบว่ากระบวนการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ที่เข้ามาแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอน

การฟังคำบอกเล่าของนักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ที่อยู่เดิม (พี่เลี้ยง) จากการฟังบรรยายของเจ้าหน้าที่ และศึกษาเพิ่มเติมจากบอร์ด/ป้าย และเว็บไซต์ 2) ชั้นแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ในขั้นนี้ นักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์มีการซักถามเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันกับเจ้าหน้าที่ของสถานที่ที่เข้าไปบำเพ็ญประโยชน์ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ที่อยู่เดิม (พี่เลี้ยง) และมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานระหว่างนักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ในกลุ่มเดียวกัน 3) ชั้นฝึกประสบการณ์ด้วยตนเองในขั้นนี้นักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ปฏิบัติงานจริง เช่น การสร้างห้องน้ำ การสร้างโรงเรียนสำหรับเด็กเล็ก การสร้างแท็งก์น้ำ เป็นต้น 4) ชั้นสรุปองค์ความรู้ พบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ปฏิบัติงานในแต่ละวันเสร็จสิ้นแล้วมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้/กระบวนการทำงานรวมทั้งปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติงาน 5) ชั้นการนำไปใช้พบว่าหลังจากครบกำหนดระยะเวลาในการปฏิบัติงานในพื้นที่แล้ว นักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์จะนำเอาประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับไปแบ่งปันให้เพื่อนทราบทางอินเทอร์เน็ต

ด้านรายได้จากการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ในประเทศไทยพบว่า รายได้ของผู้ประกอบการส่วนใหญ่น้อยกว่า 50,000 บาท ต่อเดือน ร้อยละ 47.00 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 – 70,000 บาท และ 130,001 – 150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.50 และ 13.50 ตามลำดับ ด้านรายได้รวมจากการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งปีเฉลี่ยรายละ 1,307,165.80 บาท หากทำการเฉลี่ยรายได้ของผู้ประกอบการเป็นรายเดือนพบว่าผู้ประกอบการมีรายได้เดือนมกราคมสูงที่สุดโดยมีรายได้เฉลี่ย 133,961.17 บาท รองลงมาเป็นเดือนเมษายน มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 126,527.88 บาท และ เดือนธันวาคม มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 124,489.90 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.25, 9.68 และ 9.49 ของรายได้เฉลี่ยทั้งปี ตามลำดับ หากทำการศึกษามูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์โดยนำกำไรจากการดำเนินงานหลังหักภาษี (NOPAT) ลบด้วยต้นทุนเงินทุน (Capital Charge) พบว่า มูลค่าเพิ่มเฉลี่ยต่อปี 392,149.70 บาท คิดเป็นร้อยละ 30 ของรายได้จากการประกอบธุรกิจ โดยผู้ประกอบการมีมูลค่าเพิ่มเดือนมกราคมสูงที่สุดโดยมีมูลค่าเพิ่มเฉลี่ย 40,188.35บาท รองลงมาเป็นเดือนเมษายน มีมีมูลค่าเพิ่มเฉลี่ยเดือนละ 37,958.36 บาท และ เดือนธันวาคม มีมูลค่าเพิ่มเฉลี่ยเดือนละ 37,346.97 บาท จากการศึกษารายได้จาก การท่องเที่ยวเชิงปริมาณของผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ในประเทศไทยพบว่ามูลค่ารายได้เฉลี่ยของธุรกิจร้านอาหารมีรายได้สูงที่สุดจำนวน 369,927.92บาทต่อปีคิดเป็นร้อยละ 28.30 ของรายได้ทั้งหมด รองลงมาเป็นธุรกิจโรงแรมที่พัก จำนวน 345,745.35 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.45 ของรายได้ทั้งหมด และ ร้านขายของที่ระลึก จำนวน 178,035.98บาทต่อปี คิดเป็นร้อยละ 13.62 ของรายได้ทั้งหมดด้านประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาควรมีการพัฒนาในประเด็นต่างๆดังนี้ 1. การให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมเรื่องท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์อย่างจริงจัง 2. สร้างมั่นใจ

เรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ วางหลักเกณฑ์ และระบบติดตามกำกับ เพื่อให้มั่นใจว่าจะมีมาตรฐานความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 3.การพัฒนารูปแบบการให้ข้อมูลและส่งเสริมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ 4.การสร้างและสื่อสารตราสินค้าท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์

คำสำคัญ การท่องเที่ยวเพื่อบำเพ็ญประโยชน์ กระบวนการเรียนรู้ มูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยว

Project : Strategies to support in term of learning for Voluntary Tourism in Thailand
Researcher : Mrs. Phongchan Klay-Udom
E mail address: pongchan_aew@yahoo.co.th

Abstract

The purposes of this research were to analyze the government's policies and conditions which helped to promote the process of Voluntary Tourism. And to study the process of learning management for Voluntary Tourism at present day in order to study the Economic Value Added causing by Voluntary Tourism. Lastly, to allocate tourism's strategies for the creation of learning for volunteer tourists in Thailand. However, primary data has been collected by using questionnaires provided to the total of 400 foreign volunteer tourists as well as 400 volunteer tourism entrepreneurs. The meeting has been organized with 150 related agencies within Voluntary Tourism industry for brainstorming. From the results of this study found that there was no apparent or substantial policy supporting Voluntary Tourism, but only supported to an individual project. Tourists who traveled to Thailand for the purpose of being volunteers mostly were male rather than female. Most of them were groups of students aged less than 20 years old, which accounted for 63.50 percent. Secondly, aged between 20 – 25 years old, found that most of them have made contact with travel agencies or government agencies that offered volunteer works, which allocated for 67 percent. Subordinately, about 21.75 percent have contacted through educational institutes and 8.50 percent were self-travel. For choosing accommodation aspect, shown that most volunteer tourists preferred home stay in the village that close to their work place were 38.75 percent. Secondly, about 34 percent preferred to stay with their organization. And found that most volunteer tourists accompanied with friends traveled to Thailand were 52.75 percent and traveled with educational institutes and family were 21.75, 3.75 percent respectively. For the period of time during their stay in Thailand, most of them spent 2 weeks time and accounted for 64.75 percent. About 21.75 percent stayed in Thailand for 1 week, and found that most tourists who traveled for volunteer purposes about 1 week were 43.75 percent and less than 1 week and 2 weeks were 21.72 and 21 percent respectively. The popular activities that most

volunteer tourists preferred were looking after animals such as elephants, dogs, gibbons, which accounted of 43.25 percent. Secondly, constructing public utility and child care and patients care were 19.75 and 15.25 percent respectively. However, for the experiences gained from volunteer activities found that most tourists have experienced with the ways of life from the community. Subordinately, learning local customs and Thai Tradition were accounted for 60.25 and 19.75 percent respectively. Nevertheless, the income from doing Voluntary Tourism business in Thailand found that most of entrepreneur's incomes less than 50,000 baht a month were 47 percent. Secondly, the average incomes per month between 50,000 – 70,000 and 130,001 – 150,000 Baht were computed as 13.50 and 13.50 percent respectively. For the total annual incomes from tourism business were 1,307,165.80 Baht. In term of the average income from entrepreneurs per month, found that entrepreneurs had the highest average income in January were 133,961.17 Baht. The second highest average was 126,527.88 Baht in April and then December had average income of 124,489.90 Baht, which accounted for 10.25, 9.68 and 9.49 percent of average income per year respectively. Within the study of the Value Added from Voluntary Tourism by took the profits from doing business after deducted the tax (NOPAT), then minus with Capital Charge, found that the average Value Added per year were 392,149.70 Bath accounted for 30 percent of incomes from doing business. Besides, entrepreneurs had the highest average Value Added in January as 40,188.35 Baht. Then, the average Value Added per month equaled 37,958.36 Baht in April and 37,346.97 Baht in December. Within the study of Income Distribution from quantitative tourism from voluntary tourism providers in Thailand, found that the average income from restaurant business had the highest income at 369,927.92 Baht per year and accounted for 28.30 percent of total incomes. Subordinately, hotel accommodation businesses were 345,745.35 Baht accounted for 26.45 percent from the total incomes and souvenir shops were 178,035.98 Baht per year, which computed as 13.62 percent of the total income. Nevertheless, for Strategic issues and development guideline aspects required the development under these topics as follows: 1. The actual participation from every sectors involved within Voluntary Tourism. 2. The Creation of confidence on the safety of volunteer tourists, as well as laying regulations and tracking systems in order to ensure the safety standards for foreign tourists. 3. The development of patterns for providing

information and supporting public relations activities for Voluntary Tourism. 4. Creating as well as communicating the destination branding for Voluntary Tourism.

Keywords: Voluntary Tourism, Learning Process, Value added from tourism