

แนวคิด ปัญหาและประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวทางเลือก
ในประเทศไทย: กรณีศึกษาการจัดการโฮมสเตย์ บ้านทรงไทย
อำเภอปลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม

**Concepts, Issues and the Effectiveness
of
Alternative Tourism Management in Thailand:
A Case Study of Plai Pong Pang Home-stay,
Amphoe Ampawa, Samut Songkram Province**

โดย: ดร. สุวันชัย หวนนากลาง

ที่อยู่ติดต่อได้:

ดร. สุวันชัย หวนนากลาง

E-mail: Chinasohouk@gmail.com

Tel: 0819298061/0805507980

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

110/1-4 ถ.ประชาชื่น เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210

Tel: 029547300 Ext. 293

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	6
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	9
กิตติกรรมประกาศ.....	13
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร.....	14
สารบัญ.....	2
สารบัญตาราง.....	4
สารบัญภาพ.....	5
บทที่ 1. บทนำ.....	17
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	17
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	32
1.3 ตัวแปรของการวิจัย.....	32
1.4 สมมติฐานของการวิจัย.....	33
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	33
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	34
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	34
1.8 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	36
2. ยุทธศาสตร์และศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม.....	37
2.1 ภาพรวมจังหวัดสมุทรสงคราม.....	37
2.2 สรุปยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม.....	38
2.3 ศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม.....	39
2.4 ประวัติโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางจังหวัดสมุทรสงคราม.....	44
3. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	54
3.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	54
3.1.1 หลักคิดด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	54
3.1.2 หลักคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	57
3.1.3 หลักคิดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	60
3.1.4 กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว.....	66
3.1.5 หลักคิดด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	78
3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	83
3.3 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	85

4. ระเบียบวิธีวิจัย.....	88
4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย.....	89
4.1.1 ประชากร.....	89
4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	89
4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	90
4.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	90
4.2.1.1 แบบสอบถาม.....	90
4.2.1.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก.....	91
4.2.2 การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	91
4.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	92
4.4 วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและหลักสถิติที่ใช้.....	93
5. ผลการวิจัย.....	96
5.1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ.....	96
5.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	109
6. การอภิปรายผลวิจัย สรุป และเสนอแนะ.....	103
บรรณานุกรม.....	113
ภาคผนวก.....	144
แบบสอบถาม (Questionnaire).....	145

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1. เสถียรภาพด้านการท่องเที่ยวของไทยระหว่าง พ.ศ. 2550 - 2552.....	23
2. ผู้ประกอบการที่พักแรมและจำนวนผู้เข้าพักในจ.สมุทรสงคราม.....	43
3. ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	85
4. ความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	87
5. การรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	89
6. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	90
7. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ที่มาพักโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	93
8. ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	95
9. สถิติที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่มาจ.สมุทรสงคราม (1 มค. 2550-31 ธค. 2550).....	161
10. สถิตินักท่องเที่ยวที่มาโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	162

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. แผนที่แหล่งท่องเที่ยวในอัมพวา.....	45
2. แผนที่โฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง.....	46
3. บริเวณบ้านพักโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง.....	49
4. นักท่องเที่ยวหัดพายเรือที่โฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	49
5. บ้านทรงไทยที่ให้บริการโฮมสเตย์.....	50
6. บ้านที่ผลิตน้ำตาลมะพร้าว.....	50
7. ซานเรือนของบ้านพักโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	50
8. บริเวณที่นอนในโฮมสเตย์.....	50
9. สะพานข้ามคลองในหมู่บ้านโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	50
10. บรรยากาศตามคลองในหมู่บ้านโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	50
11. อาหารและผลไม้ที่นักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ถวายพระ.....	51
12. วิถีชีวิตชาวบ้านที่ให้บริการโฮมสเตย์.....	51
13. พระสงฆ์พายเรือมารับอาหารหวานคาวจากนักท่องเที่ยวยามเช้า.....	52
14. นักท่องเที่ยวใส่บาตรยามเช้า.....	52
15. ก่อนพระอาทิตย์ตกดินที่หมู่บ้านโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	53
16. แมกไม้เขียวชอุ่มตามลำคลองของหมู่บ้านโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	53
17. ความเป็นอยู่ที่เรียบง่ายของชาวบ้านหมู่บ้านโฮมสเตย์บ้านทรงไทย.....	53
18. นักท่องเที่ยวบนเรือเครื่องหางยาวระหว่างการท่องเที่ยวไปตามคลองต่างๆ.....	53
19. การเปลี่ยนผ่านแนวคิดด้านการท่องเที่ยว.....	55
20. ผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	63
21. การวางแผนการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม.....	65
22. การตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	67
23. โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค.....	68
24. โมเดลกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว.....	69
25. กรอบแนวคิดการวิจัย.....	87
26. องค์ประกอบเชิงพื้นที่ของการท่องเที่ยวชนบท.....	115

แนวคิด ปัญหาและประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวทางเลือก
ในประเทศไทย: กรณีศึกษาการจัดการโฮมสเตย์ บ้านทรงไทย
อำเภอปลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม
 (Concepts, Issues and the Effectiveness of Alternative Tourism Management in
 Thailand: A Case Study of Plai Pong Pang Home-stay, Samut Songkram
 Province)

บทคัดย่อ:

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ด้านคือ: 1. เพื่อศึกษาแนวคิดและปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวแบบ Home-stay 2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบ Home-stay และ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการ Home-stay ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative approach) และเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview), การสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (focus group interview), การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participative Observation) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย: ชุมชน 19 ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์, ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว, องค์กรภาครัฐบาล, ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับชุมชนและวัฒนธรรมชุมชน; ส่วนวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative approach) นั้นผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Method) จากนักท่องเที่ยว ที่มาโฮมสเตย์บ้านทรงไทย 400 คน สถิติที่ใช้เป็นแบบพรรณนา (Descriptive statistics) เช่น การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้โปรแกรม SPSS เวอร์ชัน 11.5

เพื่อให้ได้ผลวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาทั้งด้าน Tourism Demand & Tourism Supply ได้แก่ นักท่องเที่ยว (Tourism Demand) ซึ่งเป็นผู้มาใช้บริการโฮมสเตย์ และชุมชนผู้ให้บริการ (Tourism Supply) ได้แก่ชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์ โดยผู้วิจัยได้ประเมินประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์จากปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์.

ผลการวิจัยชี้ว่าแนวคิดหลักในการจัดโฮมสเตย์บ้านทรงไทยคือความต้องการเผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชาวบ้านชนบท รวมทั้งต้องการให้ชุมชนมีรายได้และมีงานทำใน

ขณะที่**เหตุผลสำคัญ**ที่ชาวบ้านเข้าร่วมโครงการนำร่องโฮมสเตย์มี 5 ประการได้แก่: ต้องการทดลองให้บริการ, เกรงใจกำนัน, ต้องการทำแก้เหงา, ต้องการมีรายได้เสริม, ต้องการใช้บ้านให้เกิดประโยชน์ ส่วน**ปัญหาการให้บริการ**ได้แก่ เงินทุนไม่พอ รายได้ไม่แน่นอน นักท่องเที่ยวเรียกร้องมากเกินไป ส่วน**ผลกระทบ** (ทั้งด้านบวกและด้านลบ) จากการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์คือ ได้เพื่อนใหม่, มีรายได้เพิ่มมากขึ้น, เป็นหนี้จากการกู้เงินมาปรับปรุงบ้านฯ เป็นต้น

ด้านประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์นั้น สรุปจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว (Demand side) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง (Supply side) พบว่า การจัดการโฮมสเตย์มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีโดยวัดจากความพึงพอใจด้าน Tourism Demand ที่มีต่อการจัดการด้านการให้บริการ ราคาการให้บริการ การตลาดฯ เป็นอาทิ. สิ่งที่น่าสนใจยิ่งจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาสัมภาษณ์พบว่า ชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการเผชิญอุปสรรคและปัญหาสำคัญในการจัดการโฮมสเตย์ เช่น การได้รับการกระจายนักท่องเที่ยวไม่ยุติธรรม ต้องปรับเปลี่ยนและปรับประนีประนอมหรือบางครั้งบิดเบือนวิถีชีวิต วัฒนธรรมตนเองเพื่อหวังให้นักท่องเที่ยวกลับมาอีกในอนาคตฯ

ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เริ่มส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมมากขึ้น เช่น ระบบนิเวศเสื่อมโทรม ทำให้กุ้ง ปลาและหิ่งห้อยมีจำนวนลดน้อยลงกว่าเดิมมาก เกิดมลภาวะด้านเสียงจากเครื่องยนต์เรือหางยาวที่ให้บริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีน้ำเน่าเสียและขยะมากขึ้น ส่วนผลกระทบด้านเศรษฐกิจก็พบว่าค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้น เช่น ราคาอาหาร ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ดินที่มีราคาสูงขึ้นมาก สิ่งที่น่าเป็นห่วงอย่างยิ่งคือวิถีชีวิตแบบคนชนบทค่อยๆเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีชีวิตคนในเมืองมากขึ้น

หลักฐานสำคัญที่สะท้อนให้เห็นอุปสรรคและปัญหาหลักในการจัดการโฮมสเตย์คือ ความขัดแย้งในเรื่องผลประโยชน์ การขาดการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของชุมชน เนื่องจากเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการโฮมสเตย์จากเดิมที่มีชาวบ้านส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในตอนแรกไปเป็นการจัดการแบบรวมศูนย์อำนาจมากขึ้น นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ชาวบ้านและตัวนักท่องเที่ยวเองยังขาดความรู้ความเข้าใจที่แท้จริงเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

หากต้องการจัดการโฮมสเตย์ที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนอย่างแท้จริง จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐบาล เอกชน และชุมชนท้องถิ่นจะต้องร่วมมือกันอนุรักษ์ “คุณค่า” ของวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตชุมชนแบบ “ดั้งเดิม (Originality and Authenticity)” ไว้ให้ได้ ทั้งนี้ ความร่วมมือกันดังกล่าวจะต้องอาศัยแนวทางหลักๆ 3 ประการต่อไปนี้ ก.) ให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism stakeholders) โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวชาวบ้าน

ชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเอง เกี่ยวกับผลกระทบต่างๆจากการท่องเที่ยว ข.) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่ โดยเฉพาะความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของตนเองในการมีส่วนร่วม ดังที่ระบุไว้ในกฎหมายรัฐธรรมนูญ และประการสุดท้าย ค.) สร้างภาคีเครือข่ายโฮมสเตย์ (Home-stay Cluster Networking) ให้เกิดขึ้นระหว่างชุมชนต่างๆทั้งใกล้และไกลที่มีการจัดการโฮมสเตย์ และขยายความร่วมมือกันออกไปอย่างไม่หยุดนิ่ง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์-บทเรียนทั้งด้านบวกและด้านลบระหว่างกันและกัน หากทำได้เช่นนี้แล้ว การจัดการโฮมสเตย์ย่อมมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืนอย่างแน่นอน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสัมผัสวัฒนธรรมชนบท; การมีส่วนร่วมของชุมชน; ประสิทธิภาพ; การท่องเที่ยวทางเลือก; การท่องเที่ยวแบบมวลชน

**Concepts, Issues and the Effectiveness
of
Alternative Tourism Management in Thailand:
A Case Study of Plai Pong Pang Homestay,
Amphoe Ampawa, Samut Songkram Province**

Suwanchai Hounnaklang: *Tourism and Hotel Faculty,
Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand*

Abstract:

The objectives of this research encompass an investigative study on the alternative tourism concepts, issues and management. The research examines the participative process of local community in home-stay tourism management, the obstacles and factors contributing to the management problems alleviation, the host's perception and awareness of tourism impacts on social, economic, cultural and environment dimensions. Attempts have been made to analyze related issues, i.e. visitors' motivation, travel patterns and decision making procedure. In addition, sustainability in managing home-stay tourism has been taken into consideration and discussed. The roles and responsibility of the tourism stakeholders, i.e., government, private sectors, the visitors, especially the local community are also covered.

The research methodology employed includes: An overview of a current tourism policy and planning of Samut Songkram province, visitor attitude survey, participative observation, content analysis of in-depth interview and focus group to accomplish a triangulation approach. Questionnaires were randomly distributed to 200 visitors at Plai Pong Pang Home-stay to find out the effectiveness of alternative tourism management. The research findings revealed that despite the positive attitude of visitors to Plai Pong Pang Home-stay, conflict of interests among the local community does exist.

The objectives of this research cover 3 areas of investigation: 1. To study concepts and obstacles of home-stay management; 2. To investigate the local community in managing a home-stay service and, 3. To find out factors contributing to the effectiveness of home-stay management. Hence, the researcher has employed

both qualitative and quantitative approaches to achieve the above-mentioned purposes. Qualitative wise, in-depth and focussed group interviews, together with participative observation have been utilized with those 19 households rendering home-stay services, apart from government officials, local community and cultural specialists; quantitative wise, the researcher has distributed and collected a total number of 400 questionnaires from those having a home-stay tourism at the Plai Pong Pang Home-stay, Ampawa, by adopting a probability sampling method: Purposively distributed, based on Taro Yamane's theory. Statistical elements involved include: Descriptive statistics; Frequencies distribution; Percentage; Mean value and, last but not least, Standard deviation (SD) by using the Statistical Programme for Social Science (SPSS), version 11.5 for analytical purposes.

In order to fulfil the previously-mentioned objectives, attempts have, therefore, been made to investigate both tourism demands and supplies: Home-stay customers (demand) and services provided (supply); together with home-stay organizers. In terms of home-stay management's effectiveness indexes, the levels of customers' satisfaction have been applied, aside from factors affecting the degrees of local participation in the management of home-stay at Plai Pong Pang, Samut Songkram province.

The research findings have indicated that 2 key concepts emerging from those arranging home-stay services are the desires for expose the culture, teadition and way of life of rural area people, as well as to create job and additional income for those living in rural community; whereas the main reasons for them to join the home-stay service programme can be classified into 5 areas, i.e., wanting to give it a try; reluctance to refuse the home-stay organiser's (Kamnan's) invitation to join this programme; wanting to kill their time and loneliness; wanting financial returns and, interestingly, wanting to make use of their houses. However, as far as problems of home-stay services are concerned, the study has pointed out that the participative villagers have experienced the followings: lacking investment capital; insecure income; customers' overdemands and requests. Likewise, it has been discovered that they have experienced both positive and negative tourism impacts, for example, having various new friends; attaining more additional income; whiles having more

debt due to borrowing money from financial institutions to repair, modify and enhance their residence to satisfy their customers

Regarding the effectiveness of home-stay management, based on questionnaires analysis (Demand side); a triangulation of content analysis, verbatim transcription of interview recordings with parties and individuals concerned (Supply side), together with concept and theories of expectations and satisfaction, it is interesting to note that most customers have been satisfied with the home-stay management, which reflects their management's effectiveness, in terms of services provision, costs of services, marketing performances, etc. Worth mentioning is that the investigation also discovered that those participating with home-stay provision programme have encountered some serious problems and obstacles, for example, the inequality of customers distribution; their way of life and tradition have been compromised or, in some cases, being distorted in order to meet customers' needs and expectations.

By the same token, the results have indicated that home-stay tourism has gradually caused negative impacts on the environment and eco-systems, leading to the degradation of environment: Water pollution resulting in the number of fish, shrimps and fireflies being decreased significantly; noise and air pollution caused by engine boats in different canals and waterways providing tourists with fireflies sighting. Economically, not only has the cost of living been dramatically increased, the land price of those in the prime area is currently 10 times higher than previously was. More worrying, though, is the gradual devalue of the community's traditional way of life and culture that has been increasingly apparent.

The key supportive evidences indicating main obstacles and problems encompass the conflict of interest among the villagers of the community, as well as a lack of true participation of the local community: this is because the management of home-stay service provision has been transformed from, initially, a model of local participation management to that of centralized management. This is largely due to insufficient information and understanding among those villagers involving in Homestay provision

Lastly, the researcher has suggested and recommended that should the sustainable and effective home-stay management be the core element, then it is vital

for parties and individuals concerned to co-operate in preserving the “value” of culture, tradition and way of life of the community by maintaining its “originality and authenticity”. Hence, the co-operation as such has to be based on the following 3 approaches: a) Educating tourism stakeholders, especially the locals, communities, tourists and tourism-related entrepreneurs regarding the tourism impacts; b) Supporting and encouraging the villagers to consistently get involved in developing their community, particularly enlighten them about their constitutional rights and duties for community development participation and, last but not least, c) Establishing home-stay intra-and-inter networking among communities nearby organizing home-stay service provision and between those home-stay organizers in other parts of the country, so that they can share their experience and exchange their lessons learnt among and between themselves. If the above-suggested guidelines have been truly applied and practiced, the management of home-stay service provision would, to a greater extent, be effective and sustainable.

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของงานวิจัยครั้งนี้เกิดขึ้นได้จากการสนับสนุนด้านเงินทุนวิจัยจากสำนักงานส่งเสริมการวิจัย (สกว.) รวมทั้งการส่งเสริมและการอนุเคราะห์เรื่องเวลาจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตที่ผู้วิจัยเป็นอาจารย์ประจำอยู่ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาและเอาใจใส่ในคำแนะนำและการตรวจทานขั้นตอนการวิจัยจาก รศ. ดร. ไพโรจน์ วงศ์วิมานนท์ ที่ปรึกษาโครงการวิจัย ตลอดจนความรู้ที่ได้รับจาก ศาสตราจารย์.ดร.ฉัตรทิพย์ นาถสุภา และ ดร.เสวี พงศ์พิศผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมชุมชนและการสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณคุณคุณสุรจิต ชิรเวทย์ สมาชิกวุฒิสภาและอดีตรองเลขาธิการค้ำจังหวัดสมุทรสงคราม รวมทั้งกำนันวัช บุญพัดและครอบครัวซึ่งเป็นผู้ริเริ่มโฮมสเตย์บ้านทองไทย ปลายโพงพาง ประการสำคัญใคร่ขอขอบคุณชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์ที่กรุณาสละเวลาให้สัมภาษณ์ ตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น เจ้าของสวนผลไม้ เจ้าของเรือ มัคคุเทศก์ บริษัทนำเที่ยว หอการค้าจังหวัด สถิติจังหวัดสมุทรสงคราม

อย่างไรก็ตาม ยังมีอีกหลายท่านที่ผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณแม้มิได้ปรากฏชื่อท่านเหล่านั้นในกิตติกรรมประกาศก็ตาม แต่โปรดรับทราบว่าความกรุณาและเมตตาที่ท่านช่วยให้โครงการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้นั้น จะยังคงประทับอยู่ในความทรงจำของผู้วิจัยตลอดไป

§§§§§§§§§§§§§§§§

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

(Executive Summary)

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย:

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ด้านคือ: 1. เพื่อศึกษาแนวคิดและปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวแบบ Home-stay 2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบ Home-stay และ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการ Home-stay ทั้งนี้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย:

ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative approach) และเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพนั้น ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview), การสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (focus group interview), การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participative Observation) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย: ชุมชน 19 ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์, ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว, องค์กรภาครัฐบาล, ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับชุมชนและวัฒนธรรมชุมชน; ส่วนวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative approach) นั้นผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มโดยเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Method) จากนักท่องเที่ยวที่มาโฮมสเตย์บ้านทรงไทย 400 คน สถิติที่ใช้เป็นแบบพรรณนา (Descriptive statistics) เช่น การแจกแจงความถี่ (Frequencies Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้โปรแกรม SPSS เวอร์ชัน 11.5

เพื่อให้ได้ผลวิจัยที่รอบด้านและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาวิจัยทั้งทางด้านอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวและอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism Demand & Tourism Supply) ได้แก่ ผู้ที่เป็นนักท่องเที่ยว (Tourism Demand) ซึ่งเป็นผู้มาใช้บริการโฮมสเตย์ และชุมชนผู้ให้บริการโฮมสเตย์รวมทั้งผู้ให้บริการด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism Supply) เพื่อให้ผู้วิจัยจะสามารถศึกษาเกี่ยวกับแนวคิด ปัญหา ข้อจำกัดของการจัดการโฮมสเตย์ รวมทั้งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์ ประการสำคัญต่อมา เพื่อให้ผู้วิจัยจะสามารถประเมินประสิทธิภาพในการจัดการโฮมสเตย์โดยเทียบเคียง

จากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยการให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ:

1. ทำให้ทราบเกี่ยวกับแนวคิดและปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวแบบ Home-stay
2. ทำให้ทราบถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบ Home-stay
3. ทำให้ทราบเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการ Home-stay
4. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์
5. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์
6. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์อย่างยั่งยืน
7. เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด

4. ผลการวิจัย:

ผลการวิจัยชี้ว่าแนวคิดหลักในการจัดโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางคือความต้องการเผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชาวบ้านชนบท รวมทั้งต้องการให้ชุมชนมีรายได้และมีส่วนร่วมในขณะที่ยังคงเอกลักษณ์ที่ชาวบ้านเข้าร่วมโครงการนำร่องโฮมสเตย์มี 5 ประการ ได้แก่: ความต้องการทดลองการให้บริการ, ความแรงใจผู้ประกอบการโฮมสเตย์, ความต้องการบางสิ่งบางอย่างทำเพื่อคลายเหงา, ความต้องการมีรายได้เสริม, ความต้องการใช้บ้านให้เกิดประโยชน์ ส่วนปัญหาหลักๆในการให้บริการโฮมสเตย์ได้แก่ เงินทุนไม่พอ รายได้ไม่แน่นอน นักท่องเที่ยวเรียกร้องมากเกินไป เป็นต้น ส่วนผลกระทบสำคัญๆ (ทั้งด้านบวกและด้านลบ) จากการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์ได้แก่ ได้เพื่อนใหม่, มีรายได้เพิ่มมากขึ้น, เป็นหนี้จากการกู้เงินมาปรับปรุงบ้าน, มีความเครียดและกังวลเพิ่มขึ้น เป็นต้น

ด้านประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์นั้น สรุปจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว (Demand side) การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) รวมทั้งผลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง (Supply side) พบว่า การจัดการโฮมสเตย์มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีโดยวัดจากความพึงพอใจด้าน Tourism Demand ที่มีต่อการจัดการด้านการให้บริการ ราคาการให้บริการ ด้านการตลาด เป็นอาทิ. สิ่งที่น่าสนใจยิ่งจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาสัมภาษณ์พบว่า ชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการเผชิญอุปสรรคและปัญหาสำคัญๆในการจัดการโฮมสเตย์ เช่น การได้รับการกระจายนักท่องเที่ยวไม่ยุติธรรม ต้องปรับเปลี่ยนและประนีประนอมหรือบางครั้งปิดเบือนวิถีชีวิต วัฒนธรรมตนเองเพื่อ

ตอบสนองความคาดหวัง เพื่อสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวโดยมีความหวังว่านักท่องเที่ยวจะเกิดความประทับใจและกลับมาอีกในอนาคต

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าการจัดการโฮมสเตย์เริ่มส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นเป็นลำดับ เช่น ระบบนิเวศเสื่อมโทรม ทำให้กุ้ง ปลาและหิ่งห้อยมีจำนวนลดน้อยลงกว่าเดิมมาก เกิดมลภาวะด้านเสียงจากเครื่องยนต์เรือบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีน้ำเน่าเสียและขยะมากขึ้น ส่วนผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจก็พบว่าค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้นกว่าแต่ก่อน โดยเฉพาะราคาที่ดินที่มีราคาสูงขึ้นกว่าเดิมมากถึง 10 เท่า สิ่งที่น่าเป็นห่วงยิ่งคือวิถีชีวิตแบบชนบทได้เริ่มเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด

หลักฐานสำคัญที่สะท้อนให้เห็นอุปสรรคและปัญหาหลักในการจัดการโฮมสเตย์คือความขัดแย้งในเรื่องผลประโยชน์ การขาดการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของชุมชน เพราะเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดการโฮมสเตย์จากเดิมที่มีชาวบ้านส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในตอนแรกไปเป็นการจัดการแบบรวมศูนย์อำนาจมากขึ้น เนื่องจากชาวบ้านและตัวนักท่องเที่ยวเองค่อนข้างขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างแท้จริง

5. ข้อเสนอแนะ:

ท้ายที่สุด ผู้วิจัยเสนอแนะว่า หากต้องการจัดการโฮมสเตย์ที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนอย่างแท้จริง จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐบาล เอกชน และชุมชนท้องถิ่นจะต้องร่วมมือกันอนุรักษ์ “คุณค่า” ของวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตชุมชนแบบ “ดั้งเดิม (Originality and Authenticity)” ไว้ให้ได้ ทั้งนี้ ความร่วมมือกันดังกล่าวจะต้องอาศัยแนวทางหลักๆ 3 ประการต่อไปนี้ ก.) ให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism stakeholders) โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวชาวบ้าน ชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเอง เกี่ยวกับผลกระทบต่างๆจากการท่องเที่ยว ข.) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชาวบ้านเข้ามีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่ โดยเฉพาะความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของตนเองในการมีส่วนร่วม ดังที่ระบุไว้ในกฎหมายรัฐธรรมนูญ และประการสุดท้าย ค.) สร้างภาคีเครือข่ายโฮมสเตย์ (Home-stay Cluster Networking) ให้เกิดขึ้นระหว่างชุมชนต่างๆทั้งใกล้และไกลที่มีการจัดการโฮมสเตย์ และขยายความร่วมมือกันออกไปอย่างไม่หยุดนิ่ง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์-บทเรียนทั้งด้านบวกและด้านลบระหว่างกันและกัน หากทำได้เช่นนี้แล้ว การจัดการโฮมสเตย์ย่อมมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกว่า การท่องเที่ยวสามารถสร้างงาน สร้างรายได้และทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมได้อย่างต่อเนื่อง (Rosentraub & Joo, 2009) ในขณะเดียวกัน การท่องเที่ยวยังเป็นธุรกิจเชิงบริการที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่างๆ และเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความเจริญให้ขยายไปยังส่วนต่างๆ ของประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวด้วย (Harris, 2009) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการค้าของที่ระลึก ฯลฯ รวมทั้งนำไปสู่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การค้าและการลงทุนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนส่งเสริมที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่ององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2007) ได้ทำนายว่าภายในปี พ.ศ.2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International tourists) เพิ่มขึ้นถึง 1,600 ล้านคน โดยที่นักท่องเที่ยวเหล่านี้จะให้ความสนใจเป็นพิเศษในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียแปซิฟิก

องค์การการท่องเที่ยวโลก (ibid.) ได้สรุปว่า ภูมิภาคดังกล่าวจะมีนักท่องเที่ยวมาเยือนถึง 1 ใน 3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งหมายความว่า จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ประเทศต่างๆ ทั่วโลกจึงให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จาก การที่รัฐบาลในแต่ละประเทศได้ยกระดับการท่องเที่ยวให้เป็นวาระแห่งชาติ (National agenda) เร่งรัดในเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ ของโลกให้เดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

การท่องเที่ยวสำคัญอย่างไร

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดของโลก¹ที่มีประชากรทำงานเกี่ยวข้องกับท่องเที่ยวเป็นจำนวนถึง 10 เปอร์เซ็นต์ หรือประมาณ 600 ล้านคนทั่วโลก กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือในประชากรทั่วโลก 100 คนที่มีงานทำ จะมี 10 คน ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับ

¹ Jamieson, W. (2001) in *Community Tourism Destination Management: Principles and Practices*

การให้บริการนักท่องเที่ยวที่กำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากกว่า 31 ล้านคนเมื่อปี 1999

สำหรับประเทศต่างๆที่กำลังพัฒนานั้น การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญยิ่งในการสร้างงานและรายได้ รวมทั้งการนำเงินตราสกุลต่างๆเข้าสู่ประเทศและภาษีเงินได้จากการท่องเที่ยวที่รัฐบาลสามารถนำไปพัฒนาประเทศได้ แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เข้ามาได้ก่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบต่อแหล่งท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อชุมชนท้องถิ่น และผลกระทบดังกล่าวนับวันมีแต่จะทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งหากไม่มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ในอนาคตย่อมจะเป็นการคุกคามต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

ในขณะเดียวกัน แทบจะเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลกว่า การท่องเที่ยวหนึ่งเป็นหนึ่งอุตสาหกรรมไม่ที่ประเภทที่ค่อนข้างปราศจากมลภาวะ(non-polluting industry) และนับวันก็ยิ่งเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ อย่างรวดเร็ว ที่บรรดาประเทศต่างๆ ให้ความสำคัญมากเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากเล็งเห็นว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สามารถสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมให้แก่ประชาชนเป็นจำนวนมาก แต่ในขณะเดียวกัน ยิ่งการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้นและมีผู้คนจำนวนมากท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆ ทั่วโลกมากเท่าใด ก็ยิ่งก่อให้เกิดความวิตกกังวลในเรื่องผลกระทบทางลบมากขึ้นเท่านั้น

กระแสการท่องเที่ยวโลก

รูปแบบ"การท่องเที่ยวแบบมวลชน" (Mass Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มใหญ่ เป็นจำนวนมาก และเป็นการท่องเที่ยวแบบ "ดั้งเดิม" (Conventional) ที่บรรดาประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลาย ล้วนแต่ให้ความสำคัญอย่างยิ่งนั้น ปรากฏว่าได้รับการวิพากษ์วิจารณ์มากขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงระยะ 15 ปีที่ผ่านมาว่า เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคมและสภาพแวดล้อมอย่างยิ่ง(Pearce, 1989) และในขณะเดียวกันก็ไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยแต่อย่างใด

ผลที่เกิดขึ้นจึงมีการเสนอว่าควรจะคิดหารูปแบบการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่เหมาะสมและประการสำคัญจะต้องไม่สร้างผลกระทบในทางลบเช่นเดียวกันกับการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่กล่าวมาแล้ว หลังจากนั้น บรรดานักทฤษฎีและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะที่มาจากซีกโลกด้านยุโรปและตะวันตก เช่น อังกฤษ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอเมริกา ก็ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้ โดยมีผู้ตั้งชื่อต่างๆ กัน เช่น การ

ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Tourism) การท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม (Participative Tourism) การท่องเที่ยวอย่างฉลาด (Intelligent Tourism) การท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจ (Motivated Tourism) การท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม (Appropriate Tourism) การท่องเที่ยวที่ช่วยรักษาสุขภาพแวดล้อม (Soft Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) และการท่องเที่ยวที่ปกป้องสุขภาพแวดล้อม (Green Tourism) เป็นต้น

ซึ่งชื่อรูปแบบการท่องเที่ยวทั้งหมดที่กล่าวมาล้วนแล้วแต่หมายถึง "การท่องเที่ยวทางเลือก" (Alternative Tourism) นั่นเองโดยที่คำว่า การท่องเที่ยวทางเลือกนั้น สามารถที่จะให้นิยามได้หลายความหมายขึ้นอยู่กับการศึกษาของแต่ละคน รูปแบบการท่องเที่ยวชนิดนี้จะเข้าไปในลักษณะที่เป็นการช่วยดูแลรักษาสุขภาพแวดล้อมอย่างดีจากผู้ที่มีส่วนได้-ส่วนเสีย (Stakeholders) เช่น นักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อาจกล่าวได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวชนิดนี้จะช่วยคุ้มครองสุขภาพแวดล้อม มรดกทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้านในแหล่งท่องเที่ยว ประการสำคัญก็คือว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยและเป็นการท่องเที่ยวในชนบท (countryside) มากกว่าในตัวเมือง (urban) ซึ่งการท่องเที่ยวแบบนี้มีค่านิยมที่กว้างมากและอาจจะมีหลายความหมายที่หลากหลายแตกต่างกันได้แล้วแต่ว่าใครเป็นผู้ให้ค่านิยม (Butler, 1990; de Kadt, 1990)

ลักษณะเด่นที่เป็น "แก่น" สำคัญของ "การท่องเที่ยวทางเลือก" (Alternative Tourism) นั่นก็คือว่า จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถ "เลือก" ได้จริงๆ ไม่ว่าจะเลือกในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก บริษัทนำเที่ยว และการจัดการ รวมทั้งการควบคุมกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่ง Butler (1992) กล่าวว่า องค์ประกอบที่กล่าวมานี้จะต้องสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกัน และเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ และในขณะเดียวกัน กิจกรรมต่างๆของนักท่องเที่ยวที่เลือกการเดินทางแบบการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) นั้นจะครอบคลุมลักษณะการท่องเที่ยวที่เป็นไปในลักษณะเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและสัมผัสวัฒนธรรมชุมชนเพื่อการนงนุช เช่น ล่องแพล่องแก่ง รวมทั้งเป็นการท่องเที่ยวไปในชนบทเพื่อศึกษาธรรมชาติสุขภาพแวดล้อม หรือเพื่อทำกิจกรรมต่างๆเช่น การท่องเที่ยวดูนก (Bird watching) ดูผีเสื้อ (Butterfly watching) หรือแม้แต่การท่องเที่ยวที่ใช้รถคาราวานและการกางเต็นท์พักหรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยวแบบคาราวานและแคมป์ปิ้ง (Caravan and Camping) แต่อย่างไรก็ดี ต้องไม่ลืมความจริงที่ว่า แม้กิจกรรมที่กล่าวมาจะอยู่ภายใต้คำว่า การท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ก็ตาม ก็ไม่ได้หมายความว่า จะไม่ก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบเอา

เสียเลย กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือว่า การท่องเที่ยวแบบนี้ก็ไม่อาจรับประกันได้ว่า จะไม่มีผลเสียเกิดขึ้น ช้ำร้ายในบางครั้งอาจสร้างความเสียหายต่อสภาพแวดล้อมได้พอๆกับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ดังที่ Inskeep (1991) ได้ยกตัวอย่างถึงกรณีที่น่าตกใจเขาในประเทศเนปาลได้ทิ้งขยะในระหว่างปีเขาไว้เป็นจำนวนมาก หรือผลกระทบในทางลบเช่น ความเสียหายต่อแนวหินปะการังที่เกิดจากนักดำน้ำที่ขาดความรับผิดชอบ ฯลฯ

ฉะนั้น การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวทางเลือกเพื่อเน้นการสร้างจิตสำนึก การมีส่วนร่วมของชุมชน และลดผลกระทบทางลบในด้านต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ดังจะเห็นได้จากในกรณีของหมู่บ้านปลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม ที่ได้มีการจัดการท่องเที่ยวทางเลือกขึ้น โดยเน้นนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่ต้องการศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชาวบ้าน รวมทั้งการนั่งเรือชมหิ่งห้อยที่สวยงามยามค่ำคืน โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีรายได้จากการมีส่วนร่วมในระดับหนึ่ง ทั้งในรูปแบบของการให้บริการเรื่องที่พักอาศัย ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว ทั้งการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจกลับคืนสู่ชุมชน

อาจสรุปได้อย่างแน่นอนว่า หากได้มีการจัดการอย่างเหมาะสมแล้วก็จะสามารถทำให้การท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) เป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่ไม่เพียงแต่จะช่วยให้ชุมชนท้องถิ่น ชาวบ้านในแหล่งท่องเที่ยวมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้นเท่านั้น แต่ยังสามารถช่วยให้เกิดการพัฒนากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคตได้อีกด้วย ประการสำคัญที่สุดก็คือ หากได้มีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีอยู่ในประเทศไทยได้ละก็ ความหวังที่อยากให้ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมชุมชนและวิถีชีวิตชาวบ้านที่ "ปลอดภัย" จากผลกระทบทางลบจากการท่องเที่ยวก็คงอยู่ไม่ไกลเกินเอื้อม เพราะหัวใจของการท่องเที่ยวทางเลือก คือการสร้างจิตสำนึกที่ดีแก่ผู้ที่มีส่วนได้-ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว (Tourism stakeholders) ที่จะช่วยกันคุ้มครองพัฒนา และอนุรักษ์ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมให้สามารถคงอยู่ไปจนถึงรุ่นลูกหลานต่อไปในอนาคตและจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศได้อย่างยั่งยืน

แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป

เมื่อพิจารณาสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกและสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยจากอดีตถึงปัจจุบัน จะเห็นว่ามียุคสมัยที่ส่งผลกระทบต่อลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น เมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ นักท่องเที่ยวมักจะมีพฤติกรรมการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง และคำนึงถึงความคุ้มค่าเงินมากขึ้น โดยส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้ เช่น เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศหรือภายในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น นอกจากนี้ แนวโน้มด้านการท่องเที่ยวเริ่มเปลี่ยนไปเช่น นักท่องเที่ยวหันมาสนใจการท่องเที่ยวที่ตนเองสนใจเป็นพิเศษ ที่เรียกว่า Special Interest Tourism อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นต้น ทั้งนี้ อาจสรุปได้ว่าแรงจูงใจเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ก็คือความต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่เพื่อตอบสนองความสนใจพิเศษของตัวนักท่องเที่ยวเอง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

นอกจากนี้ กระแสการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อม หรือที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” (Ecotourism) ก็กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น เพราะเป็นการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) รูปแบบใหม่ที่ผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวและการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรมให้สามารถดำเนินไปพร้อมกันได้ โดยจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับธรรมชาติและเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง (Swarbrooke, 1999) เนื่องจากการท่องเที่ยวทางเลือกจะเน้นการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น เน้นการช่วยดูแลรักษาสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชาวบ้านในแหล่งท่องเที่ยวจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholders) โดยสรุปแล้ว ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นจะมุ่งเน้นแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นฐานทรัพยากรของพื้นที่ท่องเที่ยว คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว (Carrying capacity) ทั้งมิติเชิงกายภาพ สังคม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเป็นสำคัญ (สุวันชัย, 2548)

ประเทศไทยกับนโยบายการท่องเที่ยว

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่ตระหนักถึงประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงรับนำแนวคิดของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่เป็นผลมาจากการประชุมสุดยอดโลก (Earth Summit) ณ กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ในปี ค.ศ.1992 สู่อำนาจการปรับใช้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 8 และฉบับที่ 9 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2540 ; 2545) ซึ่งเน้นบทบาทการพัฒนาชุมชนตลอดจนการกระจายอำนาจและรายได้สู่ท้องถิ่น โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วน คือ “คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” และน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นเครื่องมือช่วยพัฒนาให้คนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สืบเนื่องมายังแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 10 ที่มีวิสัยทัศน์ ที่เน้นให้ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน” และสร้างความสมดุลระหว่างทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคมและทุนทรัพยากรธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม, 2549) ทั้งนี้ ในการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และวิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570 คือเน้นให้ “สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยความเสมอภาค เป็นธรรมและมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553) ควบคู่กับกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมและเกิดการบูรณาการการทำงานของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการผลักดันให้มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่เป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืนต่อไป

การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่มากมายหลายประเภท อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นล้วนแต่เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ จึงทำให้อัตราการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมากในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2539) และเมื่อได้ทำการเปรียบเทียบศักยภาพด้านการท่องเที่ยวใน 124 ประเทศพบว่า ประเทศไทยมีอันดับที่ดีขึ้น โดยในปี 2550 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 43 ของโลก ปี 2551 ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 42 ของโลก และปี 2552 ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 39 ของโลก (World Economic Forum, 2009) อย่างไรก็ตาม

ประเทศไทยยังเป็นที่ยอมรับเรื่องการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรมนุษย์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ความคุ้มค่าด้านราคา และความดึงดูดใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว และเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1: ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยระหว่าง พ.ศ. 2550 - 2552

ปี	อันดับ			
	ดัชนีภาพรวม	ดัชนีความพร้อมของภาครัฐ (กฎระเบียบ บริการ พื้นฐาน)	ดัชนีความพร้อมของภาคธุรกิจ	ดัชนีความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว
2550	43	41	35	59
2551	42	63	42	30
2552	39	70	40	19

ที่มา: ดัดแปลงจาก World Economic Forum

จาก: <http://www.weforum.org> สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2552

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญของประเทศไทย ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมให้สามารถเจริญเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ในสภาวะที่ประเทศไทยต้องประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจที่เกิดจากผลกระทบทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ เช่น ภัยธรณีพิบัติทางธรรมชาติ (สึนามิ) ปลายปี 2547 เหตุการณ์ความรุนแรงใน 3 จังหวัดภาคภาคใต้ ในปี 2548 โรคไข้หวัดนก ในปี 2549 โรคระบาดทางเดินหายใจ (SARS) ในปี 2551 โรคไข้หวัดใหญ่ 2009 เหตุการณ์รุนแรงทางการเมืองในประเทศไทย ในปี 2552 และ 2553 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) ซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวก็มีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่นำมาช่วยบรรเทาความรุนแรงของผลจากภาวะวิกฤติเหล่านั้นให้กับประเทศไทย โดยมีรายได้เป็นอันดับต้นๆ โดยในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปแบบเงินตราต่างประเทศปีละหลาย

แสนล้านบาท และยังสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ เห็นได้จากสถิติรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างปี 2548-2553 พบว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 367,380.36 ล้านบาท ในปี 2548 เป็น 585,961.80 ล้านบาท ในปี 2553 ซึ่งนับว่าเป็นปีที่ประเทศไทยมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวสูงที่สุด เมื่อเทียบกับรายได้ที่เกิดจากการส่งออกสินค้าและภาคอุตสาหกรรมอื่น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) ซึ่งสอดคล้องกับสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยระหว่างปี 2548- 2553 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 11,516,936 คน ในปี 2548 เป็น 15,841,683 คน ในปี 2553 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละประมาณ 9 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสมร้อยละ 5 ต่อปี นับได้ว่าปี 2553 เป็นปีที่ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวสูงที่สุดถึงจำนวน 15.84 ล้านคน (กรมการท่องเที่ยว, 2554)

ในขณะที่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ประกาศเรื่องแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ในพระราชกฤษฎีกาเบกษาเกี่ยวกับสถานการณ์และแนวโน้มทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยซึ่งสอดคล้องกับสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่กล่าวไว้เบื้องต้นว่า “แม้ประเทศไทยจะประสบกับปัญหาและวิกฤตด้านการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลกระทบต่อจำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวในช่วงวิกฤต และหลังเกิดวิกฤต แต่ก็พบว่าภายหลังจากวิกฤตผ่านพ้นไปอัตราการเติบโตจะกลับไปอยู่ในระดับเดิม” (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) และสอดคล้องกับแนวคิดของสมบัติ (2544) ที่ว่า “การท่องเที่ยวจึงยังคงเป็นแหล่งรายได้หลักที่สำคัญที่จะมาช่วยการฟื้นฟูและกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศชาติหลังวิกฤตการณ์ต่างๆ ได้”

นอกจากนี้ ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555-2559 ฉบับดังกล่าวยังสรุปถึงแนวโน้มเกี่ยวกับการเดินทางภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทยว่ายังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่รัฐบาลไทยได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งนี้คาดว่า การท่องเที่ยวภายในประเทศจะมีส่วนกระจายรายได้สู่พื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ โดยแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา ระยอง และกาญจนบุรี

จุดกำเนิดของโฮมสเตย์

หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลงในปี.ศ. 1945 (1939-1945) ประชาชนในทวีปยุโรปที่ได้รับแรงกดดันจากการเก็บตัวอยู่แต่ในบ้านก็เริ่มแสวงหาความรื่นรมย์ให้แก่ชีวิตด้วยการออกท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ โดยเฉพาะการออกเดินทางไปพักผ่อนในแถบชนบทที่มีความสงบสุข

มีความเป็นธรรมชาติที่สวยงาม แม้ว่าการเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อนในสมัยนั้นค่อนข้างจะอยู่ในวงจำกัดสำหรับผู้ที่มีฐานะทางการเงินค่อนข้างดีก็ตาม คนร่ำรวยในยุคนั้น เท่านั้นที่สามารถเข้าพักในโรงแรมที่หรูหราซึ่งตั้งอยู่ในชนบทที่มีทิวทัศน์งดงามได้ ดังนั้น แนวความคิดในการพักผ่อนกับเจ้าของบ้านในพื้นที่ชนบทและเพลิดเพลินกับสภาพธรรมชาติจึงเริ่มก่อตัวและได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

อาจกล่าวได้ว่าออสเตรเลียเป็นประเทศแรกๆในยุโรปที่มีการจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะพักแรมกับบ้านพักในฟาร์ม (Farmhouse tourism) ซึ่งตั้งอยู่ในชนบทที่ห่างไกล หลังจากนั้นประเทศอื่นๆก็เริ่มดำเนินการในลักษณะคล้ายๆกันบ้าง เช่น ไอร์แลนด์ อังกฤษ เยอรมนี เป็นต้น นับจากจุดนั้น ก็ได้เกิดการเรียกชื่อที่แตกต่างกันออกไป เช่น Bed & Breakfast House (B&B); Farmhouse; Guesthouse และ Home-stay ซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละประเทศที่มีวิถีชีวิต และวัฒนธรรมประเพณีที่แตกต่างกันออกไป อย่างไรก็ตาม สิ่งที่คล้ายกันประการหนึ่งคือ บ้านพักทั้งหมดในประเทศเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่ตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่ชนบท ห่างไกลจากชุมชนเมืองที่มีผู้คนหนาแน่น

ลักษณะการบริการโฮมสเตย์

การให้บริการโฮมสเตย์ในแต่ละประเทศมีลักษณะที่ให้ความสำคัญแก่ผู้มาพักเป็นอย่างยิ่ง ดังเช่นในประเทศไอร์แลนด์ ผู้ที่จัดทำโฮมสเตย์ต้องปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวที่มาพักเสมือนว่าเป็นแขก (Guest) ของบ้าน มิใช่นักท่องเที่ยว (Tourist) หรือผู้มาพักโฮมสเตย์เป็นผู้มีเกียรติของเจ้าบ้าน (Be a guest, not just a tourist) นั่นเอง อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะในมุมมองของผู้ที่รับผิดชอบการพัฒนาการท่องเที่ยวจะถือว่าที่พักแรมประเภทโฮมสเตย์ หรือ B&B เป็นที่พักประเภทต้นทุนต่ำประหยัดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นที่พักที่มีราคาถูกในสายตา นักท่องเที่ยวทั่วไปก็ตาม แต่ในความเป็นจริงนั้น นักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์สามารถสัมผัสชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัวเจ้าบ้านและชุมชนในท้องถิ่นรวมทั้งวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ต่างบรรยากาศชนบทที่สงบสุข รวมทั้งกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งชาวบ้านในชุมชนดังกล่าวมีเวลาว่างที่จะเสนอสิ่งเหล่านั้นให้กับผู้ที่มาพักได้ ประการสำคัญ ชุมชนที่จัดบริการโฮมสเตย์มีความพร้อมและมีความเป็นมิตร ความเป็นกันเองตลอดเวลา ซึ่งสิ่งต่างๆที่กล่าวมานี้ นักท่องเที่ยวสามารถหาได้จากการพักโฮมสเตย์เท่านั้น ไม่สามารถหาได้จากการท่องเที่ยวที่ต้องพักแรมในลักษณะอื่นๆได้ ต่อมาความนิยมในที่พักประเภทนี้ได้เริ่มขยายตัวเพิ่มมากขึ้นกลายเป็นแนวความคิดใหม่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่การท่องเที่ยวชนบท (Rural tourism) นั่นเอง

ดังเช่นในกรณีของการท่องเที่ยวชนบทของไอร์แลนด์ที่ได้รับการพัฒนาโดยเริ่มจากชุมชนท้องถิ่น เช่นมีการจัดตั้งบริษัท Irish Country Holidays ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำการตลาดทางการท่องเที่ยว และเน้นประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก โดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่แบ่งเป็น 2 ระดับคือ ระดับชุมชน และระดับประเทศ ทั้งนี้ในการทำตลาดจะใช้วิธีการตลาดร่วมกันทั้งหมด และใช้ระบบการสำรวจที่พักผ่านศูนย์กลางร่วมกัน มีการจัดรายการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ซึ่งนอกเหนือจากที่พัก Home-stay แล้วยังเสนอกิจกรรมอื่นๆ ให้กับผู้มาพักแรมด้วย อาทิ การขี่จักรยาน เดินป่า ซี่ม้่า ปีนเขา พายเรือ เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงหรือจัดกิจกรรมอื่นๆ ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ รวมทั้งการบริการผู้มาพักแรมด้วยอาหารพื้นเมืองสไตล์ไอริช และดนตรีแบบไอริชแท้ๆ

Home-stay ในเอเชียและยุโรป:

โฮมสเตย์ในประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียมี Home-stay จำนวน 250 แห่งทั่วประเทศ ซึ่งปัจจุบันยังอยู่ในระยะเริ่มต้นของการพัฒนาเท่านั้น รัฐบาลมาเลเซียมีนโยบายที่จะพัฒนาที่พักแรม Home-stay ด้วยความมุ่งหวังที่จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นของประเทศ โดยได้บรรจุแนวทางการพัฒนา Home-stay ไว้ภายใต้กรอบนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวชนบทแห่งชาติ (National Rural Tourism Policy) ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนในการจัดทำ “แผนแม่บทการท่องเที่ยวชนบทสำหรับประเทศมาเลเซีย” (Rural Tourism Master Plan for Malaysia) โดยได้อาศัยผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนมาเลเซีย จำนวน 1,000 คน นักท่องเที่ยวภายในประเทศจำนวน 500 คน และบริษัททัวร์จำนวน 100 บริษัท ทั้งนี้ผลการวิจัยสรุปว่า ประเทศมาเลเซียมีจุดแข็งทางการท่องเที่ยวเรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยดังนี้ ได้แก่ ป่าไม้ที่มีสภาพสมบูรณ์ตามระบบนิเวศและมีทัศนียภาพที่สวยงาม ความเป็นมิตรของคนมาเลเซีย ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ฯลฯ ซึ่งจุดแข็งเหล่านี้คือ องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวชนบทของประเทศ (Rural Tourism Product) รวมถึง การท่องเที่ยวแบบ Home-stay ด้วย

โฮมสเตย์ในประเทศไอร์แลนด์

การท่องเที่ยวชนบทของไอร์แลนด์ได้รับการพัฒนาโดยเริ่มจากชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของที่เป็นหลัก ตัวอย่างที่ชัดเจนได้แก่ การจัดตั้งบริษัท Irish country Holidays ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำการตลาดทางการท่องเที่ยว โดยเน้นประโยชน์ของชุมชนเป็นหลัก โดยมีการแข่งขันทางการตลาดแบ่งเป็น 2 ระดับคือ ระดับชุมชนและระดับประเทศ ทั้งนี้ในการทำตลาดจะใช้วิธีการตลาด

ร่วมกันทั้งหมด และใช้ระบบการสำรองที่พักผ่านศูนย์กลางร่วมกัน มีการจัดรายการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ซึ่งนอกเหนือจากที่พัก Homestay แล้วยังเสนอกิจกรรมอื่นๆ ให้กับผู้มาพักแรมด้วย อาทิ การขี่จักรยาน เดินป่า ซี่ม้า ปีนเขา พายเรือ เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงหรือจัดกิจกรรมอื่นๆ ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ รวมทั้งการบริการผู้มาพักแรมด้วยอาหารพื้นเมืองสไตล์ไอริช และดนตรีแบบไอริชแท้ๆ

นโยบายรัฐบาลกับการมีส่วนร่วมของชุมชน

นับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (2540-2544) เป็นต้นมา การให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาและกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นจากหน่วยงานรัฐบาลได้เน้นการสนับสนุน ส่งเสริมให้ชาวบ้านมีสิทธิในการปกครองตนเอง สามารถดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างงานและรายได้เพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้นำชุมชนท้องถิ่นและลูกบ้านเกิดความภูมิใจและเป็นแรงกระตุ้นหลักที่จะริเริ่มดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อทั้งตนเองและส่วนรวมได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายที่เน้นด้านการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้รัฐบาลทราบว่า การลงทุนด้านการท่องเที่ยวเน้นใช้ต้นทุนเพิ่มขึ้นน้อยมาก เพราะการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ (Tourism product) ที่มีอยู่ในท้องถิ่นอยู่แล้ว เช่น สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว (Tourism attraction) ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต นอกจากนี้ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันก็สะดวกสบายมากกว่าแต่ก่อน เพราะมีเส้นทางคมนาคมขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศที่เป็นเครือข่ายเชื่อมโยงครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ

แม้การท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้และการจ้างงานในท้องถิ่นก็ตาม แต่ในพื้นที่ที่ขาดแหล่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว (Tourism attractions) แล้ว ชุมชนเหล่านั้นจำเป็นต้องสร้างสิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวขึ้นมาให้ได้ ดังนั้นการท่องเที่ยวแบบ Home stay จึงได้ถือกำเนิดขึ้น เพื่อทำให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจที่จะมาท่องเที่ยวในชุมชนนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นหมู่บ้าน ตำบล หรืออำเภอต่างๆ ผลจากการกระทำเช่นนี้จึงทำให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยชุมชนเป็นผู้มีบทบาทหลักและการมีส่วนร่วมในเรื่องให้บริการที่พักอาศัยแก่นักท่องเที่ยวที่เรียกว่า โฮมสเตย์ นั้น ก็ถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งที่ได้รับนิยามจากนักท่องเที่ยว และเป็นการนำรายได้เข้าสู่ชุมชนอีกทางหนึ่งด้วย อาจกล่าวได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นจากทั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเอง ภาค

ธุรกิจเอกชน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐบาล ที่ได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนมาตั้งแต่ต้น

กำเนิด Home stay ในประเทศไทย

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์สำหรับประเทศไทยนั้นได้มีการพัฒนามาอย่างช้าๆ โดยเริ่มจากการที่บรรดานักศึกษาที่ทำกิจกรรมในมหาวิทยาลัยต่างๆในอดีตได้ตื่นตัวเรื่องกิจกรรมเพื่อสังคมชนบทเพิ่มมากขึ้น โดยตั้งเป็นกลุ่มหรือชมรมค่ายอาสาพัฒนาชนบทตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 เป็นต้นมา ในยุคนี้จะเห็นได้ว่า มีชมรมหรือกลุ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกชนบท เช่น ชมรมค่ายอาสาพัฒนา กลุ่มอาสาพัฒนาชนบท เป็นต้น เมื่อนักศึกษาเหล่านั้นได้ออกไปสู่ชนบทก็ได้มีโอกาสใกล้ชิดสัมผัสกับวัฒนธรรมชุมชน ได้เรียนรู้เกี่ยวกับความเป็นมาหรือปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในหมู่บ้านหรือสถานที่ที่ได้ไปพัฒนา ชาวบ้านที่ได้มีโอกาสต้อนรับนักศึกษาส่วนใหญ่ก็จะยินดีเล่าปัญหาต่างๆ ให้ฟัง รวมทั้งให้ความเป็นกันเองกับนักศึกษาเหล่านั้น ยินดีที่จะให้นักศึกษาพักอยู่ในบ้านของตนเอง

ปรากฏการณ์ที่น่าสนใจประการหนึ่งก็คือว่า ในช่วงเวลาดังกล่าว ได้มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนหนึ่งให้ความสนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตของบรรดาชาวเขาทางภาคเหนือ โดยเดินทางขึ้นไปยังภาคเหนือของประเทศ เมื่อนักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้ขึ้นไปบนเขา ได้มีโอกาสสัมผัสกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่แท้จริงของชาวเขาเหล่านั้น โดยที่มีการจัดที่พักให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นตามความเหมาะสม โดยที่ส่วนหนึ่งก็มีโอกาสได้พักอยู่กับเจ้าของบ้าน และทำให้มีโอกาสได้เห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ รวมทั้งเกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมขึ้น

นับตั้งแต่ปี พ.ศ.2526 เป็นต้นมา นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เพิ่มจำนวนมากขึ้นอันเป็นผลจากการบอกปากต่อปากว่าการเดินทางท่องเที่ยวที่เรียกว่า “ทัวร์ป่า” นั้นทำให้ได้มีโอกาสใกล้ชิดกับผู้ที่เจ้าของบ้านในท้องถิ่นนั้นมากขึ้น และลักษณะของโฮมสเตย์ได้มีการพัฒนา ทั้งรูปแบบ สถานที่ที่พัก รวมทั้งกิจกรรมเพิ่มหลายประเภท โดยกระจายไปยังหมู่บ้านชาวเขาต่างๆ เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ แต่อย่างไรก็ตามในขณะที่การท่องเที่ยวทัวร์ป่านี้ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ อันเนื่องมาจากการมีที่พักอาศัยกับชาวบ้านให้แก่นักท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันก็เริ่มก่อให้เกิดปัญหาปัญหาทางด้านสังคมในแหล่งท่องเที่ยวและชุมชน ตัวอย่างเช่นปัญหายาเสพติดหรือปัญหาการเล็ดขโมยน้อย รวมไปถึงการปล้น กระจังการฆ่าชิงทรัพย์ และที่ร้ายแรงที่สุดยาเสพติดและโสเภณีซึ่งได้ค่อยๆ ทวีจำนวนเพิ่มขึ้น

อาจกล่าวได้ว่า ผู้ที่เป็นนักกิจกรรมในอดีตนั้นมักจะเคยอยู่ในชมรมค่ายอาสาพัฒนาและมีความสนใจปัญหาของชาวบ้านได้ดี ซึ่งนักพัฒนาหรือนักกิจกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เติบโตมาจากกิจกรรมในสมัยที่เป็นเป็นนักศึกษา หลังจากจบแล้วนักศึกษาส่วนหนึ่งก็ได้เริ่มทำงานในลักษณะที่คล้ายกับกิจกรรมที่ทำงานในสมัยที่เป็นนักศึกษาโดยเริ่มทำงานในรูปแบบขององค์กรพัฒนาเอกชน หรือ NGO (Non-governmental organization) การทำงานในลักษณะนี้มีสิ่งที่น่าสนใจก็คือว่าได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ รวมทั้งได้มีการเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างกลุ่มผู้ทำงานเองและมีการเดินทางเพื่อไปศึกษาดูงานด้านการพัฒนารูปแบบต่างๆ ทั้งนี้แม้ว่าจะยังไม่เป็นที่แพร่หลายมากนัก แต่การเดินทางเพื่อไปทำงานสร้างเครือข่ายกับชาวบ้านนั้นทำให้มีโอกาสได้พัวพันอยู่กับชาวบ้าน ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของโฮมสเตย์นั่นเอง

มีบางสิ่งที่น่าสนใจก็คือ วัตถุประสงค์ของเหล่าอดีตนักกิจกรรมเหล่านั้นมิใช่เป็นการไปท่องเที่ยวโดยตรง แต่เป็นการไปให้ความรู้ คำแนะนำแก่ชาวบ้านในเรื่องสุขอนามัย โภชนาการฯ รวมทั้งการนำข้าวของเครื่องใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวันไปมอบให้แก่ชาวบ้านที่ยากจนในชนบท นอกเหนือไปจากการสร้างห้องสมุด ห้องสุขา สนามฟุตบอลแก่โรงเรียนและชุมชนเหล่านั้นเป็นต้น อาจสรุปได้ว่า จากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชน และการที่รัฐบาลออกกฎหมาย การกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กร ท้องถิ่น และหน่วยงานต่างๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ ให้กับชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ รวมทั้งการท่องเที่ยวแบบ Home Stay ที่เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นจากฝ่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง (Stakeholders)

แม้ว่า การท่องเที่ยวแบบ Home Stay ในประเทศไทยจะเกิดขึ้นมานานแล้ว แต่รูปแบบและกิจกรรมก็มีความหลากหลายและค่อยเป็นค่อยไป หากวิเคราะห์จากอดีตที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ตามยุคสมัย ดังนี้

ยุคเริ่มต้น (ปี 2503-2525)

- ได้รับความนิยมในกลุ่มนิสิต นักศึกษา ชมรม/ค่าย/อาสาพัฒนาชนบท โดยต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต รวมทั้งศึกษาปัญหาต่างๆในชนบท เพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ
- เป็นที่รับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่นิยมการท่องเที่ยวแบบทวิร์ปา (Trekking tour) โดยเฉพาะในแถบภาคเหนือของประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวจะพักตามบ้านชาวเขา ซึ่งจุดพักแต่ละจุดนั้นขึ้นอยู่กับโปรแกรมทวิร์หรือเส้นทางการเดินทาง

ยุคกลาง (ปี 2526-2536)

- การท่องเที่ยวแบบทัวร์ป่า (Trekking tour) เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมการพักผ่อนในรูปแบบ Home Stay ต่อมาการท่องเที่ยวแบบนี้ก็ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวมากขึ้น แต่ผลกระทบจากการท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่าที่มีการจัด Home Stay นั้น ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ตามมา เช่น ยาเสพติด การขายบริการทางเพศ การปล้น ขโมยหรือแม้กระทั่งการฆ่าชิงทรัพย์

ยุคปัจจุบัน (ปี 2537 -)

- สังคมเริ่มกังวลกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและมลภาวะต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม กล่าวได้ว่า ยุคนี้เริ่มให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservative Tourism), การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-tourism) เป็นต้น
- ในช่วงปี พ.ศ. 2537-2539 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเอง เริ่มเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบ Home Stay โดยกลุ่มนำร่องคือ กลุ่มที่เป็นนักกิจกรรมสังคม ทั้งรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ ซึ่งพื้นที่ที่เริ่มมีการจัดการการท่องเที่ยวแบบ Home Stay เป็นพื้นที่ที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทยเข้าไปดำเนินการ เช่น เกาะยาว จ.พังงา (กลุ่มประมงชายฝั่ง/อวนลาก อวนลูน) หลังจากพื้นที่เกาะยาว จ.พังงา ได้มีพื้นที่อื่นเพิ่มขึ้น อาทิ หมู่บ้านคีรีวง จ. นครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จ. เชียงใหม่ (กลุ่มเกษตรทางเลือก) บ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เขยเฉลิม (เกษตรยั่งยืน)
- ปี 2539 เป็นต้นมา ได้มีการเคลื่อนไหวขึ้นในกลุ่มนักธุรกิจ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบ การท่องเที่ยวผสมผสานระหว่าง Adventure Ecotourism และ Home Stay
- ปี 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ตามนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลในสมัยนั้น ได้ประกาศให้หน่วยงานของภาครัฐสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งการขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบ Home Stay เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโก่ง อ. กุฉินารายณ์ จ. กาฬสินธุ์ บ้านทองไทยปลาย

โพงพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม รวมทั้งพื้นที่ชนกลุ่มน้อย หมู่บ้านชาวเขาก็กมีการสนับสนุนการจัดกิจกรรม Home Stay ด้วยเช่นกัน

- ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ทั้งในกลุ่มชาวไทยและ ชาวต่างประเทศ มีการจัดกิจกรรม การท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ทัศนธรรมชาติของท้องถิ่น ฯ ซึ่งการจัดการ การท่องเที่ยวแบบ Home Stay ก็จะทำให้สามารถตอบใจพยานี้ได้เป็นอย่างดี เพราะคำว่า Home Stay มิได้มีความหมายเพียงแค่ว่าเป็น “บ้านพัก” ธรรมดาสำหรับนักท่องเที่ยว เท่านั้น แต่ยังเป็น “บ้านพักสัมผัสวัฒนธรรมชุมชน” อีกด้วย เนื่องจาก Home Stay เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบ บ้านพักเป็นศูนย์กลางและจัดให้มี กิจกรรมในด้านต่างๆ ที่สะท้อนวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้ร่วม สัมผัส ศึกษาเรียนรู้ นอกเหนือจากการพักผ่อนหย่อนใจอีกด้วย

กล่าวโดยสรุป Home stay หมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับ เจ้าของบ้านเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของเจ้าของบ้าน มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน เจ้าของบ้านเป็นผู้จัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยวโดยได้รับ ค่าตอบแทนตามความเหมาะสม โดยตั้งชื่อว่า “บ้านพักสัมผัสวัฒนธรรมชุมชน” ซึ่ง Home Stay นับเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน เพราะรูปแบบของ Home Stay นั้น สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับชุมชน ท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ทำให้เห็นคุณค่าทาง วัฒนธรรมและระบบนิเวศในชุมชนได้มากกว่า โดยชุมชนจะมีบทบาทเกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ตั้งแต่ การจัดการที่พักอาศัยให้ถูกสุขลักษณะ ซึ่งส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตด้วย การกำหนด กิจกรรมการท่องเที่ยวและการสร้างคุณค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรท้องถิ่น อาทิ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ OTOP รวมถึงการเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติได้รู้จักวัฒนธรรมไทย ซึ่งส่งผลต่อ ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยอีกด้วย

กระแส โสมสเคย์กับการท่องเที่ยวไทย

จากแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควบคู่กับการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม ดังที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8-11 นั้น จึงนำมาซึ่งแนวโน้ม การตลาดท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นไปยังชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากขึ้น

ประกอบกับกระแสความนิยมและความต้องการย้อนกลับไปหาอดีตเมื่อครั้งสมัยวัยเยาว์ สมัยคุณปู่คุณย่า หรือที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบถวิลหาอดีต” (Nostalgia Tourism) การได้เข้าไปสัมผัสกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชุมชน อยู่กับธรรมชาตินั้นจึงมีมากขึ้น ซึ่งจากการจำแนก จังหวัดตามกลุ่มท่องเที่ยว 8 กลุ่มท่องเที่ยวของประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2545) พบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะการท่องเที่ยวแบบถวิลหาอดีต สัมผัสวิถีชีวิตชนบท และธรรมชาตินั้นส่วนใหญ่ถูกจัดไว้ในกลุ่มท่องเที่ยววิถีชีวิตลุ่มแม่น้ำภาคกลาง ซึ่งในบรรดาแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวได้อย่างชัดเจนนั้น คือ “การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์”

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อคนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง ในการกำหนดแนวทางการวางแผนพัฒนา การป้องกันผลกระทบ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา เพื่อให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourists) รวมทั้งจะช่วยให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตรงเป้าหมายและสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมมากขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดและปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวแบบ Home-stay
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบ Home-stay
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการ Home-stay

1.3 ตัวแปรของการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งได้ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ

1) ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา

2) ตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์ 5 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ:

1. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
2. การรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
3. แรงจูงใจในการไปท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
4. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
5. ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์

2. ตัวแปรตาม

- 1) การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บ้านทรงไทย
- 2) ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บ้านทรงไทย
- 3) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บ้านทรงไทย

1.4 สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโฮมสเตย์แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีการรับรู้เกี่ยวกับ โฮมสเตย์แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีแรงจูงใจเกี่ยวกับ โฮมสเตย์แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์แตกต่างกัน
5. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการโฮมสเตย์แตกต่างกัน

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้คือ

- 1) **ด้านเนื้อหา** ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูด และปัจจัยผลักดัน รวมถึงแรงจูงใจด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม นอกจากนี้ ยังศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น รูปแบบในการเดินทางมาท่องเที่ยว เหตุผลในการเดินทาง ความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง (Tourism stakeholders) เพื่อหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์อย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป

2) **ด้านประชากร** ผู้วิจัยได้ทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง สมุทรสงคราม

3) **ด้านพื้นที่** ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง อ.อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

4) **ด้านเวลา** ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา 12 เดือน (1 ธันวาคม 2549 ถึง 30 พฤศจิกายน 2550)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบเกี่ยวกับแนวคิดและปัญหาของการจัดการท่องเที่ยวแบบ Home-stay
2. ทำให้ทราบถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบ Home-stay
3. ทำให้ทราบเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการ Home-stay
4. ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์
5. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์
6. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์อย่างยั่งยืน
7. เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของจังหวัด

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและตรงกัน ผู้วิจัยจึงให้คำนิยามศัพท์ต่างๆที่เกี่ยวข้องดังนี้

นักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (Home-stay tourists) คือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว แบบโฮมสเตย์ที่ปลายโพงพาง

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) คือการท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism - CBT) หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2546)

การท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้จริงๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก บริษัทนำเที่ยว และการจัดการ รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) จะเข้าไปในลักษณะเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและสัมผัสวัฒนธรรมชุมชน เพื่อการผจญภัย รวมถึงการท่องเที่ยวในชนบทเพื่อศึกษาธรรมชาติ สภาพแวดล้อม หรือกิจกรรมต่างๆ ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกจะต้องมีส่วนช่วยเหลือรักษาสภาพแวดล้อม มรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชาวบ้านในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอย่างดีโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งนี้จะเน้นที่จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย ไม่เหมือนกับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) (สุวันชัย, 2548: 5-6)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างเหมาะสม สามารถลดผลกระทบทางลบจากการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างสม่ำเสมอตลอดปีในขณะที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและผลประโยชน์อื่นๆ ด้วย

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) หมายถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว (Guidelines for Tourism Development) หมายถึงการวางแผนและการเสนอความคิดเห็นในการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ร่วมกันเพื่อให้เกิดความยั่งยืนขึ้น

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญทั้งด้านกายภาพ จิตวิทยา สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมสังคม วิถีชีวิต การศึกษา การงาน ธุรกิจ การบันเทิงและสิ่งเพลิดเพลิน อันเป็นตัวกระตุ้นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการแสวงหาความพึงพอใจและแสดงออกซึ่งพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย เพื่อที่จะได้เกิดการตอบสนองของความต้องการต่างๆ

ความคาดหวัง (Expectation) หมายถึง ความคาดหวังต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงปรารถนาและจินตนาการไว้ก่อนว่าได้สัมผัสด้วยตนเอง ไม่ว่าจะป็นสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การให้การต้อนรับและความมีอัธยาศัยของเจ้าของบ้าน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว สุขอนามัยและความสะอาด อาหารการกิน ราคา

ความปลอดภัย รวมทั้งคุณภาพและมาตรฐานในด้านต่างๆ เป็นต้น ในที่นี้หมายถึง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยการการจัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในด้านต่างๆ เช่น สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การให้การต้อนรับและควมมีอัธยาศัยของเจ้าของบ้าน รูปแบบของการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยว สุขอนามัยและความสะอาด อาหารการกิน ราคา ความปลอดภัย รวมทั้งคุณภาพและมาตรฐานในด้านต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเกิดจากภายหลังนักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือใช้บริการแล้ว

1.8 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ:

โฮมสเตย์ (ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท) ได้แก่บ้านที่อยู่ในชนบทที่มีประชาชนในชุมชนเป็นเจ้าของ และเจ้าของบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวอาศัยอยู่ประจำ หรือใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในบ้านดังกล่าว นอกจากนี้ บ้านดังกล่าวควรมีความพร้อมในการเป็นโฮมสเตย์ กล่าวคือ

- 1) เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริม นอกเหนือรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัวเท่านั้น
- 2) มีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้
- 3) นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในบ้านเดียวกับที่เจ้าของบ้านอาศัยอยู่ โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน
- 4) สมาชิกในครอบครัวต้องมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักค้างแรมในบ้านพร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นนั้นแก่นักท่องเที่ยว
- 5) เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี
- 6) บ้านนั้นควรเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น

§§§§§§§§§§

บทที่ 2

ยุทธศาสตร์และศักยภาพการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม

เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ไม่มีตัวตน (Invisible export) ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อย่างรวดเร็ว และส่งผลต่อความเจริญเติบโตทั้งด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาของประเทศ นอกจากนี้เป็นอุตสาหกรรมที่นำเข้าเงินตราต่างประเทศหลายแสนล้านบาทต่อปีแล้ว การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคต่างๆของประเทศได้อย่างรวดเร็ว และกว้างขวาง สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว (Tourism attraction) เป็นอุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism supply) ที่สามารถให้ทั้งความรู้ ความสนุกเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวได้ หากสิ่งดึงดูดใจเหล่านั้น ได้รับการบริหารจัดการให้สามารถตอบสนองและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวได้

2.1 ภาพรวมจังหวัดสมุทรสงคราม

จังหวัดสมุทรสงคราม เดิมมีชื่อว่า “เมืองแม่กลอง” เพราะตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง ซึ่งเป็นเส้นทางคมนาคมที่สำคัญมาแต่โบราณ ตราประจำจังหวัดจึงทำเป็นรูปกลองลอยน้ำสองฝั่ง มีต้นมะพร้าวซึ่งแสดงถึงอาชีพหลักของชาวแม่กลอง เมืองเก่าที่เคยชื่อว่าเมืองแม่กลองนั้น มีมาตั้งอดีตนานเท่าใดไม่ปรากฏหลักฐาน แต่เป็นชุมชนที่มีมาก่อนสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เดิมเป็นแขวงหนึ่งของจังหวัดราชบุรี เรียกว่า สนวนนอก ครั้นต่อมาช่วงปลายกรุงศรีอยุธยาต่อกับสมัยกรุงธนบุรี จึงแยกออกมาจากราชบุรี เรียกว่า “เมืองแม่กลอง”

จังหวัดสมุทรสงครามเป็นจังหวัดที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับบรมราชจักรีวงศ์ เพราะที่ตำบลบางช้าง อำเภออัมพวา นั้นเป็นที่ประทับพระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย และพระมเหสีราชวงศ์จักรี อีก 2 พระองค์ คือ สมเด็จพระอัมรินทราทิตย์ (นาค) พระอัครมเหสีในพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช และสมเด็จพระศรีสุริเยนทราทิตย์ (บุญรอด) พระอัครมเหสีในพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย นอกจากนี้ ยังเป็นเมือง

เก่าที่มีความสำคัญในด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ด้านพุทธศาสนา ประเพณี วัฒนธรรม และการดำรงไว้ซึ่งวิถีชีวิตแบบไทย จังหวัดสมุทรสงครามจึงจัดเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่สำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา แหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะ วัฒนธรรม หัตถกรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้สามารถจำแนกตามอำเภอ ได้ดังนี้

อำเภอเมืองสมุทรสงคราม มีแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ **ดอนหอยหลอด** เป็นสันดอนบริเวณปากแม่น้ำแม่กลอง เป็นที่อาศัยของหอยหลายชนิดโดยเฉพาะหอยหลอด ในช่วงน้ำลงจะเป็นพื้นที่ดอนที่มีทัศนียภาพสวยงาม นักท่องเที่ยวสามารถลงไปจับหอยหลอดได้ นอกจากนี้ยังมี **วัดเพชรสมุทรวรวิหาร** เป็นวัดที่สำคัญแห่งหนึ่งของจังหวัดสมุทรสงครามเนื่องจากเป็นที่ประดิษฐานของหลวงพ่อบ้านแหลม พระพุทธรูปยืนปางอุ้มบาตร ศิลปะสมัยกรุงสุโขทัยตอนปลาย เป็นพระพุทธรูปที่มีความศักดิ์สิทธิ์เป็นพระคู่บ้านคู่เมืองแม่กลอง

อำเภออัมพวา และอำเภอบางคนที มีการปลูกลิ้นจี่มากมานานกว่า 200 ปี เป็นลิ้นจี่ที่สามารถออกผลและเก็บเกี่ยวได้ก่อนผลผลิตทางภาคเหนือ

อำเภอบางคนที อำเภออัมพวา และอำเภอเมืองสมุทรสงคราม มีการปลูกส้มโอมานานไม่ต่ำกว่า 150 ปี ส้มโอบริเวณนี้มีบทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจของจังหวัด พันธุ์ที่นิยมปลูกคือ พันธุ์ขาวใหญ่

2.2 สรุปยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม

จังหวัดสมุทรสงครามได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม พ.ศ.2550 – 2553 โดยมี 4 แนวทางหลักต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนาที่ 1 ปรับปรุงระบบการบริหารจัดการและบริการด้านการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาที่ 2 พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา ภูมิปัญญาท้องถิ่น สุขภาพ กีฬา และนันทนาการ ควบคู่กับส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มประชุมสัมมนา

แนวทางการพัฒนาที่ 3 สร้างความมั่นใจ สะดวก ปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาที่ 4 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก

2.3 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของสมุทรสงคราม

แม้ว่าจังหวัดสมุทรสงครามจะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวและระบบนิเวศที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ เช่นมีแม่น้ำลำคลองรวมกันประมาณ 300 สาย มีโบราณสถาน แหล่งศิลปวัตถุจำนวนมาก อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มีโครงข่ายการคมนาคมเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวจุดต่าง ๆ มีแหล่งน้ำและระบบนิเวศ 3 น้ำ ได้แก่ น้ำจืด น้ำกร่อยและน้ำเค็มครอบคลุมพื้นที่การเกษตร รวมทั้งมีแหล่งการเรียนรู้ที่หลากหลาย ภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ทรัพยากรธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เริ่มได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว เพราะมีจำนวนนักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตลอดเวลา การวิเคราะห์: จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของจังหวัดสมุทรสงคราม จะครอบคลุม 4 ด้าน คือ 1) ด้านทรัพยากรและศักยภาพการท่องเที่ยว 2) ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านการบริการด้านการท่องเที่ยว 4) ด้านการตลาดการท่องเที่ยว

1. ด้านทรัพยากรและศักยภาพของการท่องเที่ยว

จุดแข็ง

- อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร (65 กิโลเมตร) การคมนาคมสะดวก
- มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรม
- มีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ เช่น ลิ้นจี่ ส้มโอ (พันธุ์ขาวใหญ่) น้ำตาล
- มีแม่น้ำลำคลองมากกว่า 300 สาย

จุดอ่อน

- การประชาสัมพันธ์ยังขาดประสิทธิภาพ ทำให้สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก
- ชุมชนขาดความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยว
- ขาดการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวจากชุมชนท้องถิ่น
- ขาดความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนด้านการท่องเที่ยว
- สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่มีความสะดวกสบายกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ
- ขาดแคลนมัคคุเทศก์ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ

โอกาส

- รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น
- มีงานเทศกาลประจำปีที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียงได้
- กระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับความนิยมและสอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของสมุทรสงคราม

- ราคาน้ำมันแพงทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนักเพราะเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย

อุปสรรค

- ขาดแคลนงบประมาณเพื่อการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
- การควบคุมการเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยวยังขาดประสิทธิภาพ
- ขาดการวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- การอยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากทำให้มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

2. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค – สิ่งอำนวยความสะดวก

จุดแข็ง

- มีโครงข่ายถนนสายหลักและสายรองเชื่อมต่อระหว่างจังหวัด ชุมชนหลัก ทั้งในและระหว่างภูมิภาค
- สามารถเข้าถึงพื้นที่ด้วยการเดินทางที่หลากหลาย ทั้งรถไฟ รถยนต์ รถโดยสารประจำทาง
- ความปลอดภัยโดยรวมของการเดินทางท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ มีมากขึ้น

จุดอ่อน

- คุณภาพการจ่ายกระแสไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามยังไม่ดีพอ
- ยังขาดระบบจัดการขยะตามเส้นทางสัญจรทั่วไปทั้งสายหลักและรองและในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ตลาดน้ำยามเย็นอัมพวา ดอนหอยหลอด วัดบางกุ้งฯ
- ระบบบริการขนส่งมวลชนในบางพื้นที่ยังขาดประสิทธิภาพและไม่ทั่วถึง
- ถนนในเมืองส่วนมากจะเป็นสายเล็กๆ ทำให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัด
- ป้ายและสัญลักษณ์สื่อความหมายต่างๆไม่ชัดเจนและมีไม่เพียงพอ
- จำนวนศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวมีน้อย และงดการบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด
- ห้องน้ำ ที่จอดรถยังมีจำนวนไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว
- สถานีขนส่งมีสภาพแออัด คับแคบ ไม่สะดวกต่อการให้บริการ
- เครือข่ายอินเทอร์เน็ตยังไม่ครอบคลุมเพื่อบริการการท่องเที่ยว
- การบริการสาธารณสุขพื้นฐาน ร้านขายยา บางแห่งยังไม่พอเพียง

โอกาส

- มีความเป็นไปได้ในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียง
- มีโครงการพัฒนาเส้นทางคมนาคมที่น่าจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม คือ ทางหลวงระหว่างสายจังหวัดสมุทรสาคร - ปากท่อ
- โอกาสการพัฒนาขยายเส้นทางคมนาคมหลักอันจะส่งผลถึงการท่องเที่ยว ทั้งทางบกและทางน้ำ
- โอกาสในการสร้างสถานีขนส่งแห่งใหม่

อุปสรรค

- นโยบายรัฐเกี่ยวกับการดำเนินโครงการพัฒนาสาธารณูปโภคขนาดใหญ่ในระดับประเทศยังไม่ชัดเจนพอ
- การลงทุนการขยายระบบโครงข่ายสื่อสารยังไม่ครอบคลุมบางพื้นที่

3. ด้านการบริการด้านการท่องเที่ยว

จุดแข็ง

- มีความหลากหลายของธุรกิจร้านอาหาร
- มีสินค้าพื้นเมือง ของฝากและของที่ระลึกที่ทำรายได้ เช่น ผลไม้ และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป
- มีการบริการด้วยอัธยาศัยไมตรี และเป็นกันเอง

จุดอ่อน

- บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆยังไม่เพียงพอ
- ขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความรู้และทักษะในการบริการนักท่องเที่ยว
- ผู้ประกอบการและพนักงานบริการยังขาดทักษะในการให้บริการและการใช้ภาษาต่างประเทศ
- ขาดเจ้าหน้าที่ดูแลให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว
- การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวยังไม่มีประสิทธิภาพนัก
- มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร ยังไม่สะอาดพอ

โอกาส

- นโยบายของรัฐให้ชุมชนมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- ภาครัฐเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาดำเนินการบริการในพื้นที่ท่องเที่ยวมากขึ้น

- มีแหล่งทุนสนับสนุนการพัฒนาด้านบริการท่องเที่ยวได้
- นโยบายรัฐเปิดโอกาสให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดการพื้นที่เพื่อท่องเที่ยว

อุปสรรค

- ข้อจำกัดด้านกฎหมายในการประกอบอาชีพภาคธุรกิจท้องถิ่น
- มีข้อจำกัดทางกฎหมายในการจดทะเบียนประเภทที่พักแรม
- สถานการณ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนไปส่งผลให้นักท่องเที่ยวพักค้างน้อยลง
- ขาดการร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการนำเที่ยวในจังหวัดอื่นๆในภูมิภาค ในการจัดการนำเที่ยวเข้ามาในจังหวัด

4. ด้านการตลาดการท่องเที่ยว

จุดแข็ง

- กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีความเข้มแข็ง ร่วมมือในการทำการตลาดร่วมกัน
- มีสินค้าทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรมและระบบนิเวศที่หลากหลายในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานระยองให้ความสำคัญร่วมมือช่วยเหลือแก่ภาคส่วนต่างๆ เป็นอย่างดี
- แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่แล้ว

จุดอ่อน

- ขาดการสร้างสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการจัดประชุม สัมมนา อบรม และทัศนศึกษา
- กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าไปเที่ยวในพื้นที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายไม่สูง คิดเป็นสัดส่วนค่อนข้างสูง
- กลุ่มที่พักระดับกลางและระดับเล็ก ยังไม่ได้ทำการตลาดร่วมกันที่ชัดเจน
- บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังมีความรู้ทางการตลาดท่องเที่ยวไม่เพียงพอ
- ขาดการบูรณาการการท่องเที่ยวร่วมกันทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชน
- ขาดแคลนข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่รวมทั้งป้ายสื่อความหมายที่เหมาะสม
- ขาดการวางแผนการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพร่วมกันระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการท่องเที่ยว

โอกาส

- มีการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- รัฐมีนโยบายสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบมากกว่าในอดีต
- ภาครัฐและเอกชนต่างร่วมมือกันส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเพิ่มมูลค่าสินค้าทางการท่องเที่ยว

อุปสรรค

- การเกิดขึ้นของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในพื้นที่ใกล้เคียงทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค
- ปัจจุบันเกิดภาวะน้ำมันขึ้นราคาส่งผลให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2: ผู้ประกอบการที่พักแรมสมุทรสงคราม 2548-49 (ที่มา: สำนักงานสถิติจังหวัด จ.สมุทรสงคราม 2550)									
ที่	ชื่อผู้ประกอบการ	จำนวนครั้งที่เข้าพัก	จำนวนผู้เข้าพัก				รวม	ชาย	หญิง
			ไทย		ต่างชาติ				
			ชาย	หญิง	ชาย	หญิง			
1	รีสอร์ตท้ายหาด	31	340	437	9	9	795	349	446
2	เรือนแม่ลำพู	6	55	78	-	-	133	55	78
3	บ้านดาหลา	6	40	38	5	5	88	45	43
4	บ้านเรือนเพ็ญ	6	40	60	10	10	120	50	70
5	บ้านทรัพย์เกษม	5	50	52	-	-	102	50	52
6	เรือนสวนวันจัน	6	16	17	-	-	33	16	17
7	บ้านชมเดือนเรือนคู้งน้ำ	11	122	157	18	22	319	140	179
8	บ้านลุงจันทร์	2	13	15	-	-	28	13	15
9	บ้านไม้หอม	1	2	2	-	-	4	2	2
10	บ้านชาวเล	1	1	1	-	-	2	1	1
11	บ้านริมคลอง	5	40	51	-	-	91	40	51
12	บ้านแม่อารมย์	4	50	54	-	-	104	50	54
13	บ้านสุขเสวตร์	9	112	137	-	-	249	112	137
14	บ้านสวนล้านนา	4	26	30	-	-	56	26	30
15	บ้านนวลจันทร์	4	24	34	-	-	58	24	34

16	บ้านทิพย์สวนทอง	15	118	187	1	1	307	119	188
17	เรือนกระดังงา						0	0	0
18	บ้านมโนเวชภัณฑ์	11	25	49	6	-	80	31	49
19	บ้านคุณยาย	1	1	1	-	-	2	1	1
20	บ้านสายสนิท	2	4	4	-	-	8	4	4
21	บ้านสวนพวงทอง	2	5	6	-	-	11	5	6
22	บ้านชิตชล	7	46	46	-	-	92	46	46
23	บ้านสวนรัก	6	23	26	-	-	49	23	26
24	บ้านปลายโพงพาง	11	185	219	35	41	480	220	260
25	บ้านสวนศรีวรา	8					0	0	0
26	บ้านสวนอัมพวา	4					0	0	0
27	บ้านทอแสงอัมพวา	-	-	-	-	-	0	0	0
28	บ้านสวนวีรสอร์ท	6	52	67	-	-	119	52	67
29	วังหิ้งห้อย						0	0	0
รวม	รวม	174	1,390	1,768	84	88	3,330	1,474	1,856

2.4 ประวัติอัมพวาและโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง

อำเภออัมพวา: แต่เดิมเรียกว่าแขวงบางช้าง ไม่ปรากฏหลักฐานแน่ชัดว่าตั้งขึ้นสมัยใด แต่เดิมนั้นรวมอยู่กับเมืองราชบุรี บริเวณแขวงบางช้างมีชื่อเรียกว่าสวนนอก ลักษณะของแขวงบางช้างเป็นชุมชนเล็กๆ แต่มีความเจริญทั้งในด้านเกษตรกรรมและพาณิชย์กรรม มีหลักฐานว่าในสมัยพระเจ้าปราสาททองแห่งกรุงศรีอยุธยา แขวงบางช้าง มีตลาดค้าขายแห่งหนึ่งเรียกว่า ตลาดบางช้าง มีนายตลาดบางช้างเป็นผู้เก็บอากรขนอนตลาด นายตลาดบางช้างผู้นี้เป็นหญิงมีนามว่า "น้อย" มีบรรดาศักดิ์เป็นท้าวแก้วเหล็กเป็นต้นตระกูลผู้มั่งคั่งอยู่ในแขวงบางช้าง (ซึ่งต่อมาเป็นต้นราชวงศ์ราชินิกุลบางช้าง) ในสมัยพระพุทธเลิศหล้านภาลัยแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ ปลายสมัยกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี ในแผ่นดินสมเด็จพระเจ้าเอกทัศนั้น ดินแดนสวนนอกนี้ได้แยกออกจากเมืองราชบุรีเรียกว่า "เมืองแม่กลอง" ตามชื่อลำน้ำแม่กลองซึ่งไหลผ่านลงสู่อ่าวไทยในเขตนี้ แขวงบางช้างจึงเป็นส่วนหนึ่งของเมืองแม่กลองแต่นั้นมา

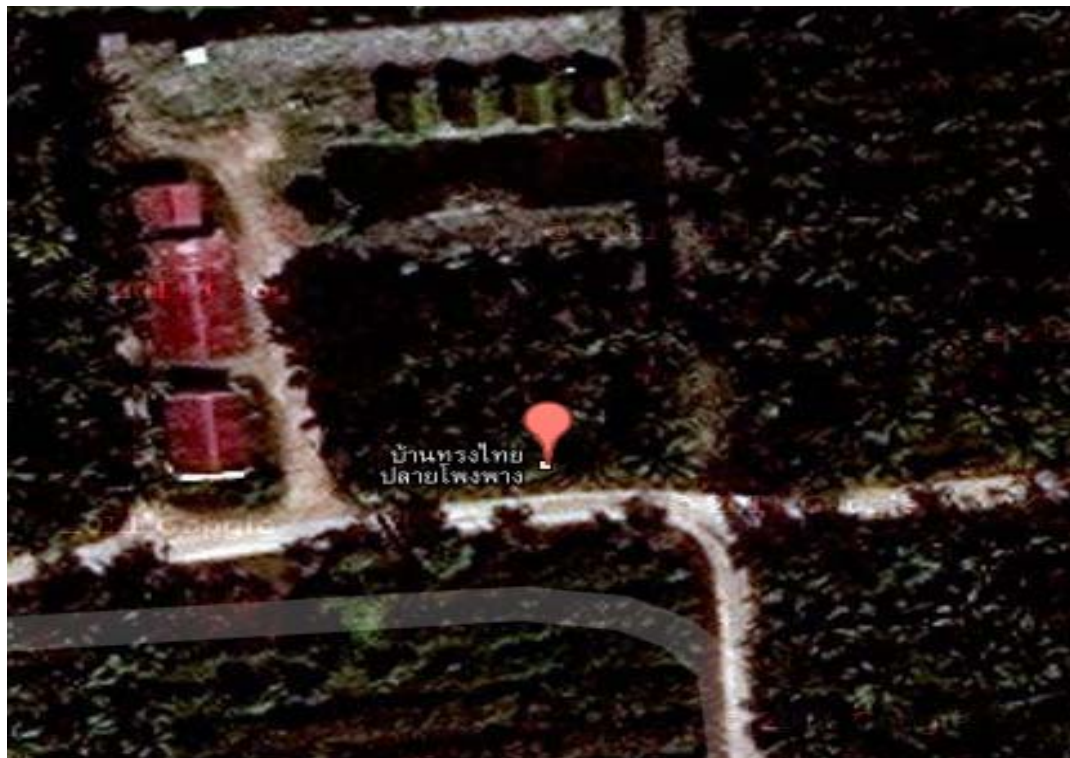
ขณะนั้น"พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก " (ทองด้วง) ยังคงรับราชการมีพระยศเป็น "หลวงยกกระบัตร" ตำแหน่งยกบัตรแขวงเมืองราชบุรี และหลวงยกบัตรนี้ได้สมรสกับกุลธิดาเศรษฐีแขวงบางช้างผู้หนึ่งว่า "นางสาวนาค" เมื่อกรุงศรีอยุธยาเสียแก่พม่าในปี พ.ศ.2310 หลวงยกบัตร (ทองด้วง) ได้หลบภัยจากพวกพม่ามาที่บ้านกรรยา ณ แขวงบางช้าง (สันนิษฐานว่า

เป็นบริเวณพระอารามหลวงวัดอัมพวันเจติยาราม อำเภออัมพวาในปัจจุบัน) และในระหว่างนั้น ท่านนาคภรรยาได้กำเนิดบุตรชายคนหนึ่งว่าฉิม เมื่อวันพุธขึ้น 7 ค่ำ เดือน 4 ปีกุน ตรงกับวันที่ กุมภาพันธ์ 2310 ซึ่งปรากฏหลักฐานในประวัติพงศาวดารกรุงเทพฯ ธนบุรี

ภาพที่ 1: แผนที่แหล่งท่องเที่ยวอัมพวา



ภาพที่ 2: โฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม



Home-stay ต.ปลายโพงพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม

ประวัติ:

หมู่บ้านปลายโพงพาง ตั้งอยู่ในเขต ต. ปลายโพงพาง อ.อัมพวา จ. สมุทรสงครามซึ่งกำนันแห่งบ้านปลายโพงพางมีความคิดที่จะพัฒนาหมู่บ้านให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบ Home Stay โดยหวังว่าจะเป็นการเผยแพร่วิถีชีวิตบ้านสวนและวัฒนธรรมพื้นถิ่นให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจการท่องเที่ยวลักษณะนี้ เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative tourism) ประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และสัมผัสชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน รวมทั้งแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้ สิ่งสำคัญ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้นักท่องเที่ยวจะได้รับการดูแลเสมือนญาติมิตร อยู่ร่วมบ้านเดียวกับเจ้าของบ้าน ดังนั้น จึงได้นำแนวคิดนี้ไปพูดคุยและปรึกษาหารือกับลูกบ้านที่มีความพร้อมและเต็มใจที่จะเข้าร่วมโครงการนำร่อง รวมทั้งได้ขอคำแนะนำจากหน่วยงานด้านพัฒนาชุมชนเพื่อให้การดำเนินโครงการ "ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท" ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐด้วย.

การเกิดโฮมสเตย์: ปัญหาและอุปสรรค

สิ่งแรกที่สร้างความกังวลใจให้แก่ชาวบ้านที่สนใจจะเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์คือ ประเด็นเรื่องความปลอดภัยจากแขกที่จะมาพักนั้นเป็นคนแปลกหน้า โดยเฉพาะในกรณีที่เจ้าของบ้านเป็นผู้หญิงหรือผู้สูงอายุที่ไม่แข็งแรงพอที่จะป้องกันตัวเองได้หากเกิดเหตุหรือสถานการณ์ที่อาจทำให้เป็นอันตรายต่อเจ้าของบ้านได้ นอกจากนี้ กำนันยังได้ตั้งเงื่อนไขเบื้องต้นว่าในการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์นั้น บ้านที่จะให้บริการโฮมสเตย์ต้องเป็นทรงไทย หรือมีลักษณะที่มองดูแล้วเป็นบ้านทรงไทยเท่านั้น เพราะจะได้เป็นจุดขาย (Unique Selling Point หรือ USP) ได้.

ประมาณปี พ.ศ. 2540 โฮมสเตย์บ้านทรงไทยก็ได้เริ่มเปิดให้บริการโดยมี 21 ครัวเรือนที่อาสาเข้าร่วมโครงการนำร่องนี้ แต่การให้บริการในช่วงแรกก็ประสบความชุกชลักหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นด้านความพร้อมในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่นห้องน้ำ ที่นอนหมอนมุ้ง การจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้ง ชาวบ้านยังทำใจยอมรับไม่ค่อยได้กับการที่มีคนแปลกหน้าเข้ามาอยู่ในบ้าน ทำให้เกิดความระแวง อึดอัด เพราะรู้สึกไม่น่าไว้วางใจแม้ว่าจะได้เตรียมตัวเตรียมใจไว้ล่วงหน้าแล้ว แต่หลังจากได้ให้บริการไปได้ระยะหนึ่ง ชาวบ้านที่ต้องแสดงบทบาทเป็นเจ้าบ้านก็เริ่มปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ได้ดีขึ้น ค่อยๆ เปลี่ยนทัศนคติไปในทางบวกขึ้น หลังจากที่เริ่มมีประสบการณ์ว่านักท่องเที่ยวโฮมสเตย์มีความเป็นมิตร ไม่น่ากลัวดังที่เคยคิดไว้แต่แรกๆ

การเปิดตัวเป็นทางการครั้งแรก: หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ในปลายปีพ.ศ. 2544 มีการเริ่มโครงการอย่างเป็นทางการโดยเปิดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นลักษณะหมู่บ้านทรงไทย เน้นด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมเป็นหลัก ในเรื่องของวิถีชีวิตจะอยู่กันอย่างเรียบง่าย การบริหารจัดการเริ่มปรับปรุงพัฒนาขึ้น เช่นมีการตั้งคณะกรรมการโครงการภายในหมู่บ้าน และดำเนินการประชุมโดยเชิญเจ้าของบ้านเข้าร่วม จากนั้นก็นำโครงการที่วางแผนแล้วมาปรึกษาหารือว่าจะจัดการอย่างไรเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง เป็นการประชุมร่วมกันทั้ง 12 ตำบล (ทั้งจังหวัด) โดยเชิญตำบลที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ในเรื่องศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รวมถึงการซื้อขายของที่ระลึกเพื่อกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน

ส่วนการเพิ่มความสบายใจเรื่องความปลอดภัยนั้น ได้มีมาตรการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวและชาวบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่เข้าร่วมโครงการ การทำโฮมสเตย์แม้จะมี

หลายแห่ง แต่ที่ปลายโพงพางนั้น ชาวบ้านที่ร่วมจัดโฮมสเตย์ก็จะได้รับนักท่องเที่ยวไปพักอยู่ด้วยเฉลี่ยแล้วหลังละ 5 คน เมื่อใดก็ตามที่มีการส่งนักท่องเที่ยวมาให้ บางบ้านก็มีความยินดีกระตือรือร้นในการเตรียมการต้อนรับแขกที่กำลังมาเยือน แต่บางบ้านก็รู้สึกเบื่อหน่ายไม่อยากจะต้อนรับนักท่องเที่ยวให้มาพักด้วยก็มี ภายหลังจากการสำรวจพบว่าการถอนตัวออกจากโครงการไปส่วนหนึ่ง ตัวกำนันเองก็พยายามหาชาวบ้านรายอื่นๆ มาทดแทนเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่นิยมมาท่องเที่ยวในลักษณะนี้และมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว ส่วนการส่งนักท่องเที่ยวให้บ้านที่เป็นโฮมสเตย์นั้น ในฐานะผู้ประสานโครงการ กำนันและผู้ช่วยก็ต้องดูความพร้อม ความเหมาะสมของเจ้าบ้านและที่พักแต่ละแห่งด้วยเช่นกัน เพราะหากรับจำนวนมากเกินไป ก็จะทำให้การดูแล การบริการแขกที่มาพักทำได้ไม่ทั่วถึง จนถึงอาจทำให้เกิดปัญหาในภายหลังได้

กิจกรรมระหว่างโฮมสเตย์:

นักท่องเที่ยวที่มาโฮมสเตย์ที่หมู่บ้านปลายโพงพางสามารถท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง เพื่อเรียนรู้และสัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้านในหมู่บ้านหรือชุมชนใกล้เคียงได้ โดยการเช่าเรือชมทัศนียภาพสองฝั่งคลองที่มีบ้านไม้เรือนทรงไทยแบบต่างๆ ที่ปลูกเรียงรายอยู่ริมฝั่งคลองต่างๆ ซึ่งบ้านทรงไทยเหล่านี้มีอายุร่วมๆ ร้อยปีและบางหลังมีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปีอีกด้วย นอกจากนี้ระหว่างล่องเรือท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวยังมีโอกาสเยี่ยมชมสิ่งที่น่าสนใจอื่นๆ อีกนอกเหนือจากวิถีชีวิตชาวบ้านที่อาศัยอยู่ริมแม่น้ำ ลำคลอง เช่น ไปชมการขึ้นต้นตาล ต้นมะพร้าว ดูชาวบ้านเก็บน้ำตาลมะพร้าวหรือไปดูเตาตาลที่ใช้เคี้ยวน้ำตาลเพื่อทำเป็นน้ำตาลปึก ชมการทำมะพร้าวแปรรูป ทำน้ำมะพร้าวเป็นวุ้นน้ำมะพร้าว ชิมน้ำตาลสดจากสวนหรือแวะจอดเรือซื้อของที่ระลึกต่างๆ ได้

ในยามค่ำคืนยังมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรสงคราม คือ **ทุ่งหิ่งห้อย** ที่มีหิ่งห้อยจำนวนมากมาเกาะอาศัยอยู่บนต้นลำพู ความงามของแสงหิ่งห้อยในยามค่ำคืนที่มีแสงดาวระยิบระยับบนท้องฟ้าย่อมทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกตื่นตาตื่นใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับผู้ที่ไม่เคยพบเคยเห็นหิ่งห้อยนับหมื่นแสนที่พร้อมใจกันกระพริบแสงเป็นจังหวะอย่างสวยงามและพร้อมเพรียงกัน นอกจากนี้ยังมีสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว (Tourism attractions) อื่นๆ อีกมากสำหรับนักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ได้มีโอกาสไปเยี่ยมชม และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตลอดเวลา จนอาจกล่าวได้ว่าเสน่ห์ของโฮมสเตย์ ไม่เพียงแต่ประทับใจนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์หรือที่เรียกชื่อเป็นทางการว่า “ที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมชนบท”

นั้นยังเริ่มได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนหนึ่ง ดังจะเห็นได้จากการที่มีบริษัทนำเที่ยว In-bound หลายแห่งเริ่มจัดรายการท่องเที่ยวที่รวมโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางเข้าไว้ด้วย

โฮมสเตย์กับบริการนำเที่ยว : Package tour เพื่อเพิ่มรายได้

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยหลักที่จะทำให้เกิดความยั่งยืนของโฮมสเตย์ ไม่ว่าจะเป็นส่วนร่วมในเรื่องการแสดงความคิดเห็น การวางแผน การลงมือปฏิบัติเพื่อให้แผนที่วางไว้ประสบความสำเร็จ หรือโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมีส่วนร่วมในด้านเศรษฐกิจ เช่นการมีรายได้จากการให้บริการด้านที่พัก อาหาร การจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกประเภทสินค้า OTOP (One Tambon One Product) ฯลฯ เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการจัดการโฮมสเตย์ที่บ้านทรงไทยปลายโพงพางจึงได้เพิ่มบริการนำเที่ยวรวมอยู่ใน package Home-stay ด้วยเพื่อเป็นการสร้างงาน เพิ่มรายได้ให้แก่ชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการฯ เจ้าของเรือ มัคคุเทศก์ท้องถิ่น (Local tour guide) ฯลฯ และเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ที่มีเวลาจำกัดมีโอกาสได้รับความสะดวกและประสบการณ์จากการได้เยี่ยมชมสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวอื่นๆให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ในโปรแกรมทัวร์ เพื่อให้การมาโฮมสเตย์เป็นประสบการณ์ที่ประทับใจที่คุ้มค่าและคุ้มเวลา

ภาพบรรยากาศและกิจกรรมโฮมสเตย์



ภาพที่ 3: บริเวณบ้านพักโฮมสเตย์ฯ



ภาพที่ 4: นักท่องเที่ยวพายเรือ



ภาพที่ 5: บ้านทรงไทยให้บริการโฮมสเตย์ ภาพที่ 6: บ้านผลิตน้ำตาลมะพร้าว



ภาพที่ 7: สวนเรือนบ้านโฮมสเตย์ ภาพที่ 8: บริเวณที่นอนในโฮมสเตย์



ภาพที่ 9: สะพานข้ามคลองโฮมสเตย์ ภาพที่ 10: บรรยากาศตามคลองโฮมสเตย์

กิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

- การชมวัฒนธรรม วิถีชีวิตสองฝั่งคลองปลายโพงพาง – ร่วมทำบุญตักบาตรพระในเรือแต่เช้าตรู่
- การชมการแสดงหุ่นกระบอกของคุณยายอาบ คณะชูเชิดชำนาญศิลป์ ผู้สืบทอดฝีมือการเชิดหุ่นจากครูวงษ์ รวมนุชศิลป์แห่งชาติ
- การชมบ้านแมวไทย ที่หาพันธุ์แท้ ๆ ยากมากในยุคนี้ ไม่ว่าจะแมววิเชียรมาศ แมวสีสวาด ฯลฯ ที่นี่ยังเป็นทีเพาะเลี้ยงและขยายพันธุ์ แมวไทยอีกด้วย
- การฝึกพายเรือแบบชาวบ้าน ชมทัศนียภาพสองฝั่งคลอง ชมกิจกรรมของชาวบ้านที่ไม่สามารถพบเห็นได้ในสังคมเมือง เช่น คนกำลังหุงหาอาหาร อาบน้ำ ทอดแห หาปลา ฯลฯ
- การเยี่ยมชมพืชผลด้านการเกษตร บริเวณบ้านทรงไทยปลายโพงพาง มีการปลูกพืชผลด้านการเกษตร มากมาย เช่นสวนมะพร้าว สวนส้มโอ ที่นักท่องเที่ยวต้องแวะไปชม และชิมรสชาติผลไม้ไทย ๆ รวมทั้งการไปชมสวนมะพร้าวของชาวบ้านที่ตั้งเตาตาลเอาไว้ทำน้ำตาลมะพร้าว (น้ำตาลปีก)



ภาพที่ 11: อาหารหวานคาวถวายพระ ภาพ12: วิถีชีวิตชาวบ้านริมคลองโฮมสเตย์



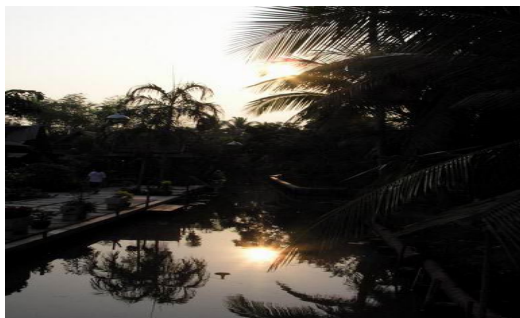
ภาพ13: พระพายเรือมารับอาหารถวาย ภาพ14:ใส่บาตรยามเช้าตามคลองโฮมสเตย์

การล่องเรือชมทิวทัศน์สองฝั่งแม่กลอง

นักท่องเที่ยวสามารถเช่าเรือล่องชมทิวทัศน์ริมฝั่งแม่น้ำแม่กลอง ตลอดสองฝั่งแม่น้ำจะเห็นบ้านเรือนชาวบ้านและเรือนปั้นหยา ซึ่งหาดูยากในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังมีวัดต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ริมน้ำ เช่น วัดอัมพวัน วัดบางแคใหญ่ วัดบางแคน้อย วัดภุมรินทร์กุฎีทอง หรือจะนั่งเรือเข้าไปในลำคลองเล็ก ๆ ผ่านสวนมะพร้าว สวนลิ้นจี่ บรรยากาศร่มรื่นและเป็นเส้นทางที่ยังไม่ค่อยมีผู้คนเข้าไปท่องเที่ยวมาก แต่อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวอาจซื้อโปรแกรมนำเที่ยวจากผู้ประกอบการโฮมสเตย์ได้ เพื่อเป็นการประหยัดเวลาในการท่องเที่ยว เช่นโปรแกรมทัวร์ดังต่อไปนี้

ตัวอย่าง Program Tour บ้านทรงไทยปลายโพงพาง

สถานที่ เลขที่ 253 บ้านโคกเกตุ หมู่ 7 ต.ปลายโพงพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม **ลักษณะกิจกรรม** จัดการโดยชมรมอนุรักษ์หมู่บ้านท่องเที่ยวบ้านทรงไทยปลายโพงพาง • การพักแบบ Home Stay บ้านทรงไทย • ศึกษาวิถีชีวิตคนไทยในลำคลอง บ้านเรือนไทยริมคลอง ชมเตาตาล การเก็บน้ำตาล ชั่งตักกึ่ง สอนส้มโอ ฝึกหัดพายเรือ • การนั่งเรือชมหนึ่งห้อยยามราตรี **กลุ่มเป้าหมาย** นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ **ค่าใช้จ่าย** • ค่าที่พัก รวมอาหาร 2 มื้อ 350 บาท /คน/คืน • ค่าเรือเล็กบริการท่องเที่ยวรอบตำบลปลายโพงพาง 300 บาท/ครั้ง • ชมวิถีชีวิตและบ้านทรงไทยริมคลอง (ไม่เกิน 6 คน) • ค่าเรือชมหนึ่งห้อย (ไม่เกิน 4 คน) 300 บาท/ครั้ง



ภาพ15: ก่อนอาทิตย์ตกดินที่โฮมสเตย์



ภาพ16: แมกไม้เขียวขจีตามคลองโฮมสเตย์



ภาพ17: วิถีชีวิตแบบชาวบ้านที่สุขสงบ



ภาพ18: นั่งเรือเครื่องหางยาวเที่ยวตามคลอง

§§§§§§§§§§

บทที่ 3

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

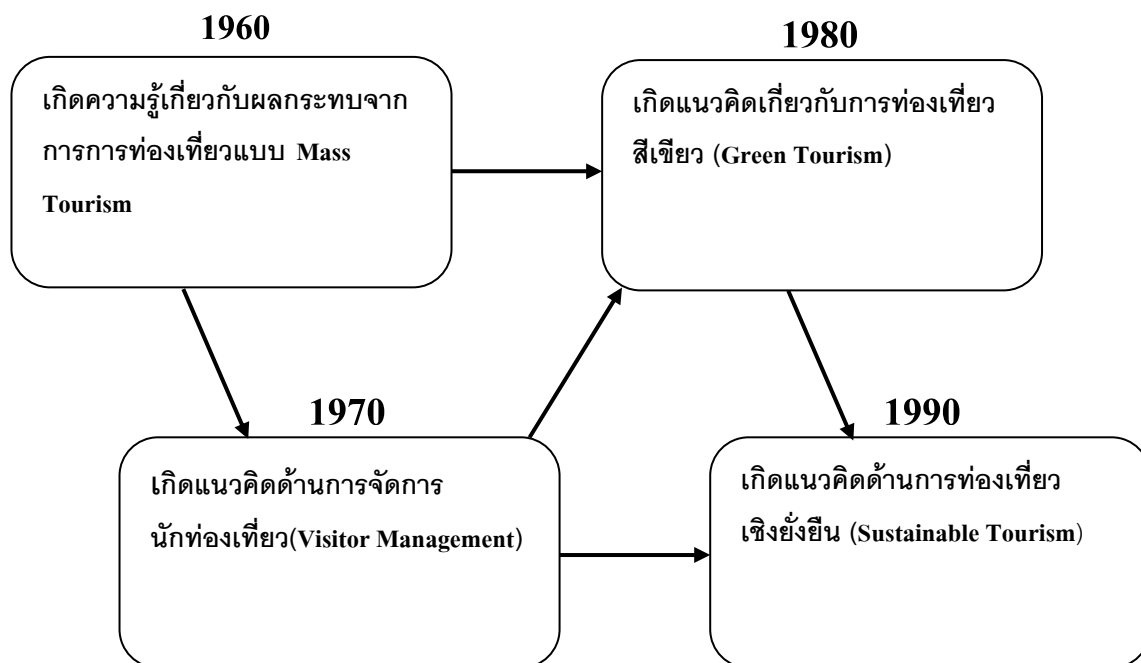
ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น งานวิจัย ตำรา บทความวิชาการ บทความ วิจัย วารสาร และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับต่อไปนี้: 3.1 หลักคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง; 3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 3.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

3.1 หลักคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1.1 หลักคิดด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เนื่องจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบต่างๆมากมาย เช่นด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม (Young, 1973) ทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism stakeholders) เริ่มต้นตระหนักต่อความเสียหายที่จะตามมาในระยะยาว จึงได้เริ่มคิดหามาตรการในการแก้ไขปัญหานี้ ดังจะเห็นว่าในทศวรรษที่ 1980 มีการใช้คำว่า Green Tourism ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักทางด้านสิ่งแวดล้อม รวมทั้งแนวคิดที่จะลดความเสียหายจากการท่องเที่ยว จนนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservative Tourism) ขึ้น นอกจากนี้ สมาคมการท่องเที่ยวอังกฤษเองก็ได้เสนอรายงานในปี 1991ว่าด้วยเรื่อง Tourism and the Environment : Maintaining the Balance เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Tourism and the Environment Task Force, 1991 : 57) และตั้งแต่ทศวรรษที่ 1990 เป็นต้นมา คำว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ก็เริ่มมีการใช้กันมากขึ้นซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่ตระหนักถึงความสำคัญของชุมชนท้องถิ่น การดูแลเอาใจใส่สวัสดิการของผู้ปฏิบัติงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และความต้องการที่จะแสวงหาการพัฒนาทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ของชุมชนเจ้าบ้านที่รองรับนักท่องเที่ยว

ภาพที่19: การเปลี่ยนผ่านแนวคิดด้านการท่องเที่ยว



ที่มา: อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล, 2551

ในปี ค.ศ.1983 องค์การสหประชาชาติ (UN) ได้แต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นมาชุดหนึ่ง เรียกว่า คณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development หรือ UNCED) และคณะกรรมการชุดดังกล่าวได้จัดทำรายงาน Brundtland Report ที่เกี่ยวกับการพัฒนาและสิ่งแวดล้อมโลก ซึ่งประเด็นทั้งหมดที่ UNCED นำเสนอในรายงานบรันท์แลนด์ ได้ถูกนำมาอภิปรายในการประชุม Earth Summit ซึ่ง UNCED จัดขึ้น ณ กรุงริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ในปี ค.ศ.1992 และผลจากการประชุมได้นำไปสู่แผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) อันเป็นแผนแม่บทโลกสำหรับการดำเนินการพัฒนาแบบยั่งยืน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือ Sustainable Development และส่วนหนึ่งก็นำไปสู่การผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ก่อให้เกิดการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยวและเกิดการท่องเที่ยวในลักษณะของ "การท่องเที่ยวทางเลือก" (Alternative Tourism) ที่ต้องการให้เกิดความสมดุลของการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อตอบสนองความต้องการและทดแทนการท่องเที่ยวตามแบบดั้งเดิม (Conventional Tourism) ที่มักท่องเที่ยวกันเป็นหมู่คณะ (Mass Tourism) (Gareth and Allan, 2002 : 13)

ประเทศไทยเองก็ได้ใช้แนวความคิดการพัฒนายั่งยืนดังกล่าวมาปรับใช้ในร่างของการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ซึ่งแผนดังกล่าวมีเนื้อหาที่ครอบคลุมการพัฒนาประเทศในหลายๆ ด้าน รวมทั้งด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในขณะที่ กรมการท่องเที่ยว (2552) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวในปัจจุบันถูกยอมรับโดยทั่วกันว่าเป็นโอกาสสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศไปจนถึงท้องถิ่นต่างๆ ให้พลิกฟื้นจากปัญหาความยากจนสู่ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ประเทศไทยจึงเปลี่ยนแนวทางและกลยุทธ์เพื่อฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลที่ผ่านมาได้พยายามกระจายงบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง ทำให้เกิดการตอบรับกระแสการพัฒนายั่งยืนอย่างรวดเร็ว

ในการนี้องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (UNDP) ได้ให้ความช่วยเหลือโดยการจัดส่งผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยวมาศึกษาและให้คำปรึกษากับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในช่วงระหว่างกลางเดือนธันวาคม 2543 - เมษายน 2544 ภายใต้โครงการชื่อ “การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสำหรับประเทศไทย” หรือ “Sustainable Tourism Development for Thailand” ในขณะที่ การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism development) ได้ให้ความสำคัญของการพัฒนาศักยภาพของคน ซึ่งหลักคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีองค์ประกอบสำคัญในด้านต่างๆ (บุญเลิศ, 2548) เช่น 1) **ด้านการสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์** ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามและคุณค่าของทรัพยากร อาทิ การเน้นวิธีการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติหรือวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว การจัดให้มีนิทรรศการ / แผ่นป้ายบรรยายตามบริเวณจุดท่องเที่ยวต่างๆ การจัดให้มีเส้นทางเดินเท้า ที่ให้ประสบการณ์ในการเรียนรู้ธรรมชาติและวัฒนธรรมแก่ผู้มาเยือน รวมถึงการฝึกอบรมมัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว 2) **ด้านการสร้างความพึงพอใจ** ให้ นักท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวมีความปรารถนาหรือสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการเพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจกลับไป 3) **ด้านการสร้างความมีส่วนร่วม** ในผลประโยชน์แก่ชุมชน ช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การลงทุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ขนาดเล็ก การเป็นมัคคุเทศก์ การนำสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านมาขายและการจ้างงานในธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น

อาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเริ่มจากการที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงผลกระทบต่างๆที่เกิดจากมนุษย์และธรรมชาติ และหาวิธีป้องกันกับผลกระทบดังกล่าวโดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ผลักดันให้การท่องเที่ยวสามารถเกิดความยั่งยืนได้

3.1.2 หลักคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation tourism) เป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่ทำให้ความสำคัญด้านการสร้างจิตสำนึกให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีชื่อเรียกแตกต่างกันไป เช่น Green Tourism, Bio-Tourism, Community Tourism และ Eco-Tourism โดยทั้งหมดล้วนมีรากฐานอยู่ที่การเพิ่มรายได้ในด้านการท่องเที่ยวควบคู่กับการดูแลรักษาสภาพแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งบุคคลแรกที่ให้ความหมาย Conservation tourism อย่างเป็นทางการ คือ Hector (1998) แห่งสหภาพสากลว่าด้วยการอนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติ (International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources หรือ IUCN) ได้นิยาม “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมศึกษาเรียนรู้และเพลิดเพลินกับทัศนียภาพพืชพรรณและสัตว์ป่า รวมทั้งลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาตินั้น ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นจะต้องมีกระบวนการที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ด้วย (มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว, 2544)

ดังนั้น ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถมองได้ 2 ด้าน คือ 1) แนวคิดแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) ที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการและประสบการณ์อันมีค่าแก่นักท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องไม่กระทบต่อชุมชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (History Tourism) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นต้น และ 2) แนวคิดแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation Tourism) ซึ่งเน้นการท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติในเชิงสร้างสรรค์ คำนึงถึงคุณค่าทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายระบบนิเวศวิทยาและเปิดโอกาสการจัดการให้แก่ชุมชน (Community Based Eco-tourism) เพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม และเกิดความภาคภูมิใจส่วนในด้านของนักท่องเที่ยว ก็จะได้สัมผัสธรรมชาติและได้รับประสบการณ์ธรรมชาติอย่างแท้จริง ภายใต้รูปแบบ

การบริการที่เหมาะสมสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชน เช่น การพักผ่อนร่วมกับคนในชุมชน พักค้างแรมในป่าเพื่อศึกษาธรรมชาติ การดำน้ำศึกษาระบบนิเวศแนวปะการัง ล่องแพ ขี่จักรยานไปตามเส้นทางธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชาวบ้าน เป็นต้น

หลักการและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ถึงแม้ว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีและเอกลักษณ์อันทรงคุณค่าในพื้นที่นั้น และเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่สามารถสร้างจิตสำนึกแก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Tourism stakeholders) มีการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นและประเทศ รวมทั้งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (สุรเชษฐ และดรชนี 2538) แต่การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้เกิดความยั่งยืนจะต้องครอบคลุมองค์ประกอบหลักดังต่อไปนี้ **1) ทรัพยากรท่องเที่ยว** หรือสิ่งที่มีค่าด้านการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวชมได้ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่วนใหญ่มักปรากฏอยู่ในพื้นที่อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าและอุทยานประวัติศาสตร์ และมักเป็นแหล่งที่มีจุดเด่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2539); **2) นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** ประกอบด้วย 1. นักท่องเที่ยวแบบหัวกะทิ คือเป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะที่เที่ยวชมธรรมชาติ 2. นักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน คือ นักท่องเที่ยวที่เน้นเจาะจงไปเที่ยวสถานที่ธรรมชาติโดยเฉพาะ เพื่อจะารู้ได้เข้าใจในธรรมชาติหรือประเพณีท้องถิ่น 3. นักท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก คือ เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปสถานที่แปลกๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน เช่น ไปเยือนลุ่มแม่น้ำอะเมซอน หรือจุดหมายปลายทางอื่นๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยวพิเศษ และ 4. นักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส คือ เป็นนักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตนได้เลือกไป (สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย, 2540) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539) ยังได้กล่าวว่าลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาความรู้และประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติ; **3) การตลาด** เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเลือกสรรประเภทและคุณภาพของนักท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพมากกว่าการท่องเที่ยวในเชิงปริมาณโดยการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะเช่นนี้เหมาะสมกับความ

สนใจ และตรงตามความต้องการของตนเองหรือไม่ และ 4) การบริการ ที่เน้นการให้ข้อมูล ข่าวสารเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การบริการด้านสื่อความหมายธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น การจัดที่พักที่สอดคล้องกลมกลืนกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น การเป็นมัคคุเทศก์ นำทางในการเดินป่า เป็นต้น

นโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home-stay tourism) ถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์รูปแบบหนึ่ง เนื่องจากบ้านพักที่ให้บริการเป็นสถานที่ที่ผสมผสานวิถีชีวิต สังคมและวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้ ในขณะที่เดียวกันก็ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้นั้นต้องสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม คุณค่าของสังคม และความต้องการของท้องถิ่น กล่าวคือ การวางแผนกำหนดกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจะต้องมีลักษณะที่ตรงต่อความต้องการของสังคมท้องถิ่นโดยต้องไม่กระทบต่อระบบนิเวศ และสามารถรักษาสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ได้ ในขณะที่ นโยบายของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้นจะต้องมีลักษณะที่เป็นนโยบายระดับชาติ ที่ประสานกันในทุกระดับของการพัฒนา โดยมีเป้าหมายพื้นฐานก็คือ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่น (ชัยวุฒิ, 2544)

ดังนั้น นโยบายดังกล่าวจะต้องมีมาตรการที่ทำให้แน่ใจว่านักท่องเที่ยวจะปฏิบัติตามกฎระเบียบของสังคมที่เข้าไปท่องเที่ยว สามารถที่จะกระจายรายได้ได้อย่างเป็นธรรม ต้องมีมาตรการที่จะลดผลกระทบของการท่องเที่ยวในทางลบ ที่มีต่อสังคมท้องถิ่น ต้องสนับสนุนให้องค์กรของประชาชนท้องถิ่นเป็นแกนนำของการพัฒนา ภายใต้การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ สถาบันการเงิน และสถาบันการศึกษา และที่สำคัญคือ จะต้องมีการติดตามและประเมินผลในทุกขั้นตอนของการพัฒนา

สรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นเสมือนรากฐานสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นที่จะต้องมองในหลายมิติ ทั้งด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม หรือวัฒนธรรม มิติด้านการบริหารจัดการ รวมถึงนโยบายต่างๆ มิติด้านการพัฒนา เปลี่ยนแปลงป้องกัน และมิติด้านการตลาด อย่างไรก็ตาม การจะดำเนินการการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวได้สำเร็จ สิ่งที่ขาดไม่ได้ในกระบวนการวางแผนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ก็คือ การให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดกลไกในการ

พัฒนาและดำเนินการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไปในทิศทางที่ถูกต้องเหมาะสม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิดความพึงพอใจในทุกภาคส่วน และท้ายที่สุดก็จะเกิดเป็นความสมดุลระหว่างการท่องเที่ยว ควบคู่กับการอนุรักษ์ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

3.1 3. หลักคิดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม การท่องเที่ยวลักษณะนี้เป็นการจัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชนในการทำให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนา, 2546) หรืออาจมีความหมายว่า เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยชาวบ้านในท้องถิ่นเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการจัดการด้านต่างๆ (วีระพล, 2547) ต่อมาคำว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” ก็เป็นที่รู้จักมากขึ้น และเมื่อมีชุมชนมาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็จะมีคำใหม่ ๆ เกิดขึ้น เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวผ่านชุมชน การท่องเที่ยวในชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ เป็นต้น (คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2552)

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวโดยชุมชน “Community-Based Tourism : CBT” จะสามารถพัฒนาได้อย่างเหมาะสมเป็นรูปธรรมและเห็นผลได้นั้น ก็ขึ้นอยู่กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าบ้าน (ชุมชน) และผู้มาเยือน (นักท่องเที่ยว) ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาวิจัยในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อันจะเป็นแนวทางที่สำคัญในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

สรุปว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นเสมือนเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวจะรุกคืบเข้าไปถึง หรือต้องการเปิดเผยชุมชนของตนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ให้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การบริหารจัดการทรัพยากรและกระจายอำนาจการตัดสินใจโดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติแวดล้อมและใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน

หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนนั้นควรยึดหลักการสำคัญต่อไปนี้ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชาวบ้าน

3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกย่องคุณภาพชีวิต 5) เกิดความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน (คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2552)

ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน:

การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเกิดความยั่งยืนได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับการจัดการว่าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ องค์ประกอบสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนได้แก่ 1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม คือ ชุมชนต้องมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และมีวิถีชีวิตที่พึงพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน 2) องค์กรชุมชน คือ ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และมีทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย และคนในชุมชนต้องรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ และมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง 3) การจัดการ คือ ชุมชนต้องมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ สามารถกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม 4) การเรียนรู้ คือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความเข้าใจและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างจิตสำนึกในเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

อาจกล่าวได้ว่า ในการจัดการหรือดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น สิ่งสำคัญที่สุดคือ ต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง นั่นหมายความว่าสมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมกันทั้งระบบ ตั้งแต่การคิด วางแผน ทำกิจกรรม ติดตามประเมินผล เรียนรู้และรับประโยชน์ร่วมกัน (วีระพลและประเจต, 2547) สิ่งสำคัญของลงมาคือ องค์กรชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมที่จะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ โดยหากมองในแง่ความพร้อมของชุมชนและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจาก มิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม

จากแนวคิดข้างต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และความเข้าใจในองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน แสดงให้เห็นว่า การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชนมีความสำคัญต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากเพียงใด และหากไม่มีกระบวนการในการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนและกระจายผลประโยชน์แก่ชุมชน ก็ไม่สามารถถือว่ารูปแบบการท่องเที่ยวนั้นๆ เป็นลักษณะการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ (พิมพ์ระวี, 2553) ดังนั้น เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ผู้ศึกษาหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการวางแผนจำเป็นต้องทราบถึงรายละเอียดที่สำคัญ ดังนี้ 1) การกำหนดเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวแบบชุมชนแบบมีส่วนร่วม 2) ใครคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) อะไรคือปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบชุมชนแบบมีส่วนร่วม 4) รูปแบบของการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วมเป็นอย่างไร และ 5) วิธีการจัดการกับข้อขัดแย้งเป็นอย่างไร ซึ่งสาระสำคัญโดยสรุปมีดังนี้

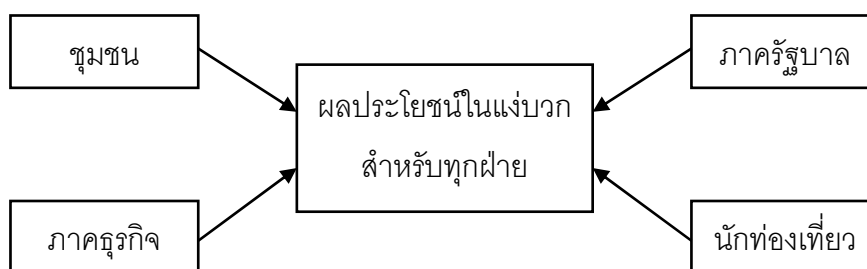
เป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม หมายถึง การท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยชุมชนเอง นับตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการและการติดตามประเมินผล เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนรักษาสภาพแวดล้อม ตลอดจนเกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมในชุมชน บรรลุเป้าหมายที่กำหนดบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง (ดร.ชนันท์ เอ็มพันธุ์, 2550) ทั้งนี้ เป้าหมายของการจัดการการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 3 ด้าน ดังนี้ 1) เป้าหมายทางเศรษฐกิจ คือ ต้องเกิดการหมุนเวียนรายได้ และสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นอย่างทั่วถึง 2) เป้าหมายทางสังคม คือ ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในการเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว ในการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังก่อให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในท้องถิ่น นำมาซึ่งการพัฒนาาระบบสาธารณูปโภคที่เหมาะสมกับท้องถิ่น เกิดองค์ความรู้และการแลกเปลี่ยนความรู้ วัฒนธรรมระหว่างชุมชนด้วยกัน ชุมชนท้องถิ่นกับหน่วยงานภายนอก และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว 3) เป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม คือ สามารถรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนและไม่เสื่อมโทรม และที่สำคัญ คือ เกิดแนวร่วมในการรักษาและป้องกันทรัพยากรการท่องเที่ยวขึ้นระหว่างประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวต่างถิ่น

ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน

หากมองการท่องเที่ยวจากต้นทาง คือ นักท่องเที่ยวและปลายทาง คือ แหล่งท่องเที่ยว จากต้นทางถึงปลายทาง (มองในบริบทสากล) การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความเกี่ยวข้องกับกลุ่มต่างๆ อย่างน้อย 4 ภาคส่วน ได้แก่ ชุมชน (Community) ผู้มีอำนาจตัดสินใจ เช่น ภาครัฐบาล (Decision maker) ภาคธุรกิจ (Business operator) และนักท่องเที่ยว (Visitor) โดยทุกภาคส่วนควรได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน รวมทั้งร่วมคิดถึงแนวทางแก้ไขเมื่อเกิดปัญหาร่วมกัน

ภาพที่ 20: Key stakeholders ของการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน



ที่มา: อ้างถึงใน พิมพะระวี โรจน์รุ่งสัจย์, 2553

พิมพะระวี กล่าวว่า ในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวชุมชนควรระบุให้ชัดเจนว่าใครคือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและในลักษณะหรือรูปแบบใด ซึ่งอาจจะพิจารณาภาคส่วนอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น องค์กรทางด้านวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม หรือองค์กรภาครัฐท้องถิ่น เป็นต้น

ปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม

ดรรชนี (2550) กล่าวถึงปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมว่า ชุมชนต้องมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านพื้นที่และสิ่งดึงดูดใจ สามารถเข้าถึงหรือได้รับความเห็นชอบให้เข้าไปดำเนินการจัดบริการท่องเที่ยวได้ ต้องมีตลาดการท่องเที่ยวอยู่แล้วในพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียงหรือมีโอกาสนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน ชุมชนต้องมีองค์กรรองรับสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน มีทักษะและความรู้ในการจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ เช่น การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว การจัดการระบบการเงิน การ

บัญชี การให้บริการที่เกี่ยวข้อง เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ที่พัก อาหาร การตลาดและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ส่วนในการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม ดรwxนี้ ได้กล่าวไว้ในลำดับต่อไป

การวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม

การวางแผนจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดรwxนี้ (2550) กล่าวว่า เป็นกิจกรรมที่กระทำต่อเนื่องเป็นกระบวนการเพื่อเสนอแนะแนวทางที่นำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายเฉพาะที่วางไว้สำหรับชุมชน การวางแผนเป็นกิจกรรมที่มุ่งไปสู่อนาคต โดยทั่วไปจะมีการกำหนดระยะเวลาการดำเนินการตามแผนที่เสนอแนะไว้ การวางแผนการท่องเที่ยวโดยชุมชน เน้นการสร้างเสริมให้ชุมชนเข้มแข็งในการจัดการการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงจำเป็นต้องเป็นรูปแบบการวางแผนและการจัดการที่ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันอย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้ 1) การกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยว 2) การสำรวจรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล 3) การกำหนดนโยบายและร่างแผนทางเลือก 4) การนำแผนไปปฏิบัติ และ 5) การประเมินและติดตามผลการดำเนินงาน

นอกจากนี้ การวางแผนที่ดีและชัดเจนก็เป็นสิ่งสำคัญ Timothy (2002) ได้กล่าวถึงหลักการในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน (PIC Planning Principles) ซึ่งเป็นตัวอย่างหนึ่งในการเตรียมการวางแผนการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบมีส่วนร่วม ดังภาพที่ 2.4 โดยขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนที่ดีนั้น Timothy แนะนำควรดำเนินการอย่างค่อยเป็นค่อยไป เช่น การหาเอกลักษณ์ จุดแข็งจุดเด่นที่แท้จริงของชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อที่จะได้ข้อมูลที่แท้จริง และสามารถที่จะจัดการกับข้อขัดแย้งต่างๆ จนสามารถบรรลุผลตามแผนที่วางไว้ได้ โดยรายละเอียดเกี่ยวกับข้อขัดแย้งนั้น พิมพะระวี ได้กล่าวไว้ในลำดับต่อไป

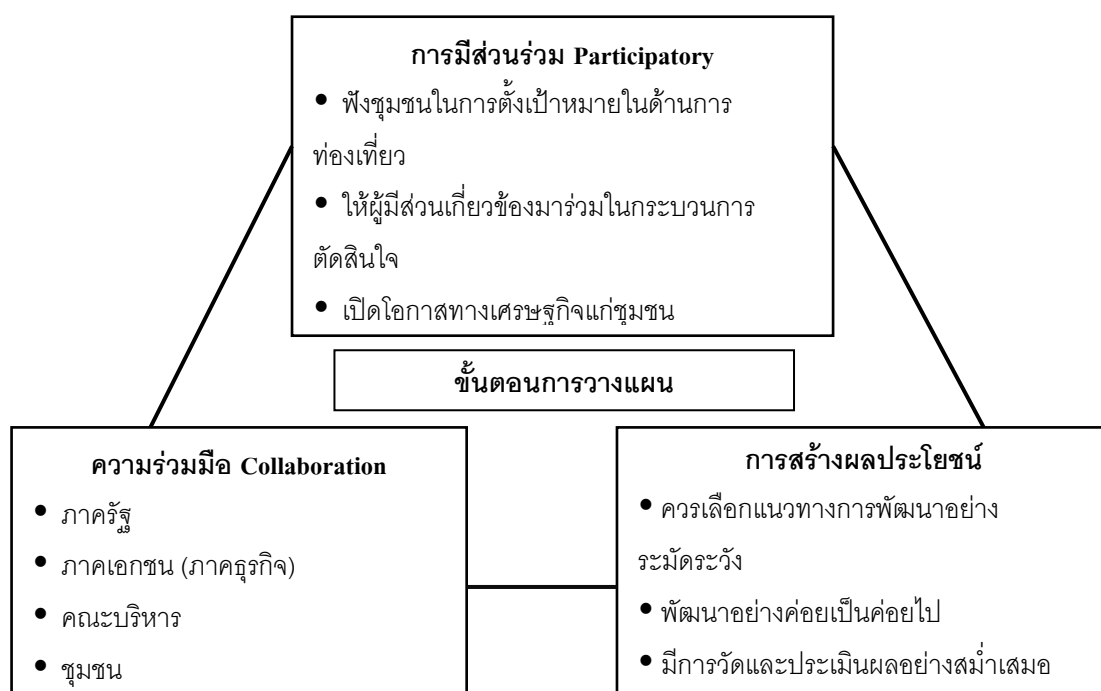
การจัดการกับข้อขัดแย้ง

การวางแผนจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม บางครั้งอาจไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ อาจมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน โดยอาจเป็นปัญหาจากความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในชุมชนทั้งขณะดำเนินงานและภายหลังการทำงาน ซึ่งความขัดแย้งนั้นเป็นสิ่งที่ชุมชนหลีกเลี่ยงไม่ได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว และถือเป็นสิ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวล้มเหลวได้ อย่างไรก็ตามการขัดแย้งดังกล่าวก็เป็นสิ่งที่จะแสดงให้เห็นถึงโอกาสสำหรับการแก้ปัญหาอย่าง

สร้างสรรค์ พิมพ์ระวี (2553) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับกฎเกณฑ์สำคัญในการจัดการและแก้ไขข้อขัดแย้ง ดังกล่าวที่เกิดขึ้น ดังนี้

1. มีกระบวนการที่ทุกฝ่ายร่วมมือกันอย่างทั่วถึง
2. คงไว้ซึ่งการสื่อสารที่เปิดเผยและมีประสิทธิภาพ
3. ต้องมีความรับผิดชอบร่วมกันและปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม ตามสถานการณ์
4. สร้างความคิดเห็นที่ร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ภาพที่ 21: การวางแผนการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม (PIC Planning Principles)



ที่มา: Timothy, D.J. (2002)

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นสามารถประสบความสำเร็จอย่างเหมาะสมได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนเป็นสำคัญ โดยชุมชนเองจะต้องเป็นศูนย์กลางที่เข้มแข็ง ในการจัดการและประสานความเข้าใจอันดี ผู้การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กันระหว่างชุมชน ผู้มีอำนาจจากรัฐบาล และนักท่องเที่ยว โดยต้องมีการกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เป็นแผนการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมที่เหมาะสม เพื่อยึดเป็นกรอบในการปฏิบัติ

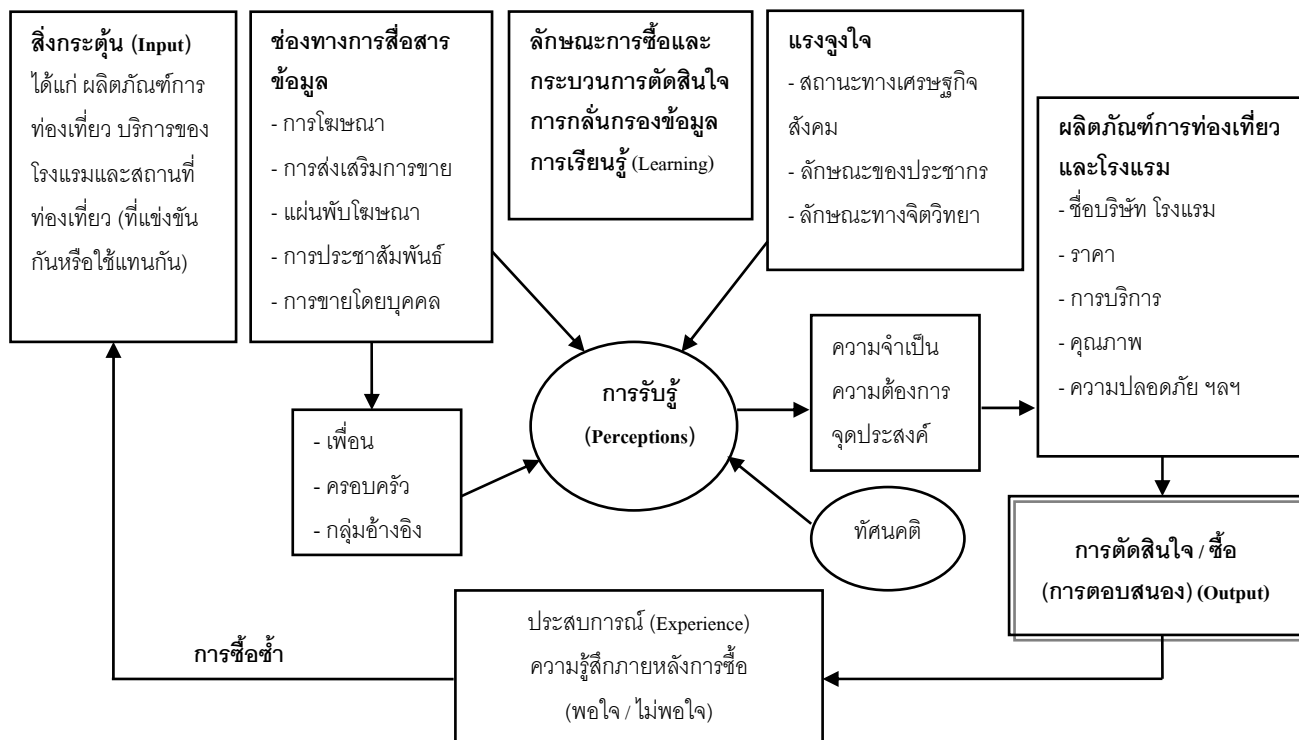
ร่วมกัน และที่สำคัญคือ ต้องตระหนักไว้เสมอว่า รายได้จากการท่องเที่ยวต้องไม่ใช่เป็นรายได้หลัก หากแต่เป็นรายได้เสริมเท่านั้น และต้องเข้าใจว่า การท่องเที่ยวเป็นเสมือนกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนความเจริญทางด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชน ให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน

3.1.4 การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

กระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว

อัครฤทธิ หอมประเสริฐ (2543: 16) สรุปว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมี 6 ขั้นตอน ดังนี้ **ขั้นที่ 1 : สิ่งเร้า (Stimulus)** หมายถึง สิ่งกระตุ้น (Cue) หรือ แรงขับ (Drive) เพื่อจูงใจหรือเร่งเร้าให้บุคคลเกิดความต้องการที่จะกระทำบางสิ่งบางอย่าง สิ่งเร้าอาจเกิดจากสังคม เรียกสิ่งเร้าทางสังคม เช่น การได้พูดคุยกับเพื่อนฝูง **ขั้นที่ 2 : การรับรู้ความต้องการ (Need Awareness)** หรือรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) ที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นทั้งภายในและภายนอก **ขั้นที่ 3 : การค้นหาข้อมูล (Information Search)** หลังจากผู้บริโภคได้ตัดสินใจว่า ความปรารถนาที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองมีคุณค่าที่จะได้รับการพิจารณาต่อไป การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่จะซื้อก็จะกระทำในขั้นนี้ เช่น รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บริการการท่องเที่ยวหลังการขาย โดยจะพิจารณาทางเลือกแต่ละทางด้วยการสอบถามจากคนใกล้ชิด รับทราบข้อมูลโฆษณาจากสื่อวารสาร โทรทัศน์ หรือวิทยุ อินเทอร์เน็ต **ขั้นที่ 4 : การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative)** ในขั้นนี้ผู้บริโภคจะประเมินว่าจะซื้อบริการใดจากรายการทางเลือกที่นำมาพิจารณา เกณฑ์การตัดสินใจเลือกโดยทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะและคุณสมบัติของสินค้าและบริการ เช่น ชื่อตัวเครื่องบินจากสายการบินที่ให้บริการรวดเร็ว สะอาด ปลอดภัย โรงแรมที่สะอาดบรรยากาศดี ที่ตั้งและราคาเหมาะสม ฯ ในขั้นที่ 3 และ 4 เป็นขั้นก่อนการซื้อซึ่งช่วงนี้การโฆษณาจะเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อมากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคกำลังต้องการข้อมูลความรู้เกี่ยวกับสินค้านั้น **ขั้นที่ 5 : การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)** หลังจากรับรู้ความต้องการ และได้ประเมินทางเลือกแล้ว ในขั้นนี้ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะซื้อ แต่ยังมีสิ่งที่ต้องพิจารณาตัดสินใจอีก 3 ประการ คือ สถานที่ซื้อ เงื่อนไขการซื้อ และความพร้อมที่จะจำหน่าย (Availability) หรือบางครั้งก็มีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในขณะนั้นด้วย เช่น ภาวะเศรษฐกิจ ทศนคติของบุคคลอื่น **ขั้นที่ 6 : พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior)** เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจหลังการซื้อ ถ้าในทางบวก ความพอใจจะมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำ มีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ หรือบอกต่อในทางลบ หากไม่ได้รับความพอใจก็

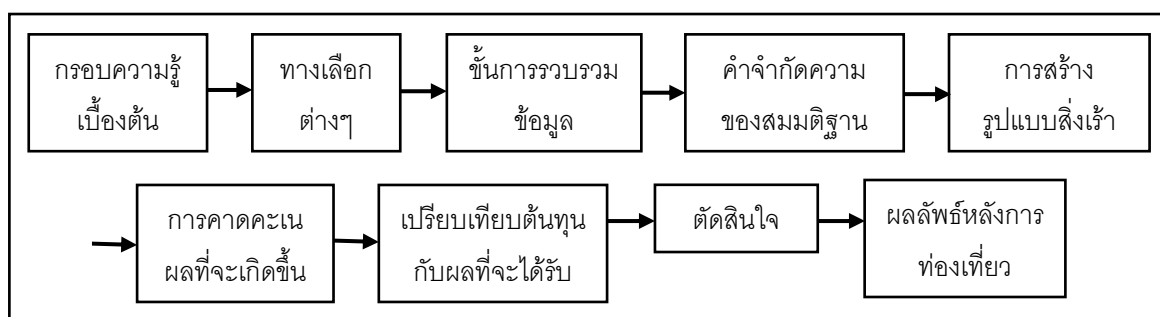
อาจจะไม่กลับมาใช้บริการอีก ซึ่งสอดคล้องกับข้อสรุปของVictor (1994) เกี่ยวกับรูปแบบการกระตุ้นและการตอบสนองของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจหรือการซื้อ (ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว)



ภาพที่ 22 การตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่มา: ดัดแปลงจาก Middleton, Victor T.C. (1994)

Victor ชี้ให้เห็นว่าสิ่งที่กระตุ้น (Input) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวรวมทั้งการให้บริการของธุรกิจ สินค้าและบริการ และเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ทำให้เกิดการรับรู้ (Perception) และนำไปสู่การพยายามหาทางตอบสนองความต้องการและความจำเป็นของตน โดยการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการนั้น คือ การตอบสนอง (Output) จากสิ่งกระตุ้น และถ้าผลิตภัณฑ์และบริการสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการได้ นักท่องเที่ยวจะได้รับความพึงพอใจ และเพิ่มประสบการณ์ทางบวกมากขึ้น และทำให้เกิดการซื้อซ้ำ (เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้บริการอีก) แต่ถ้าไม่พอใจก็กลายเป็นประสบการณ์ทางลบ จะกระตุ้นให้เกิดความสนใจได้ยาก จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์มากขึ้น

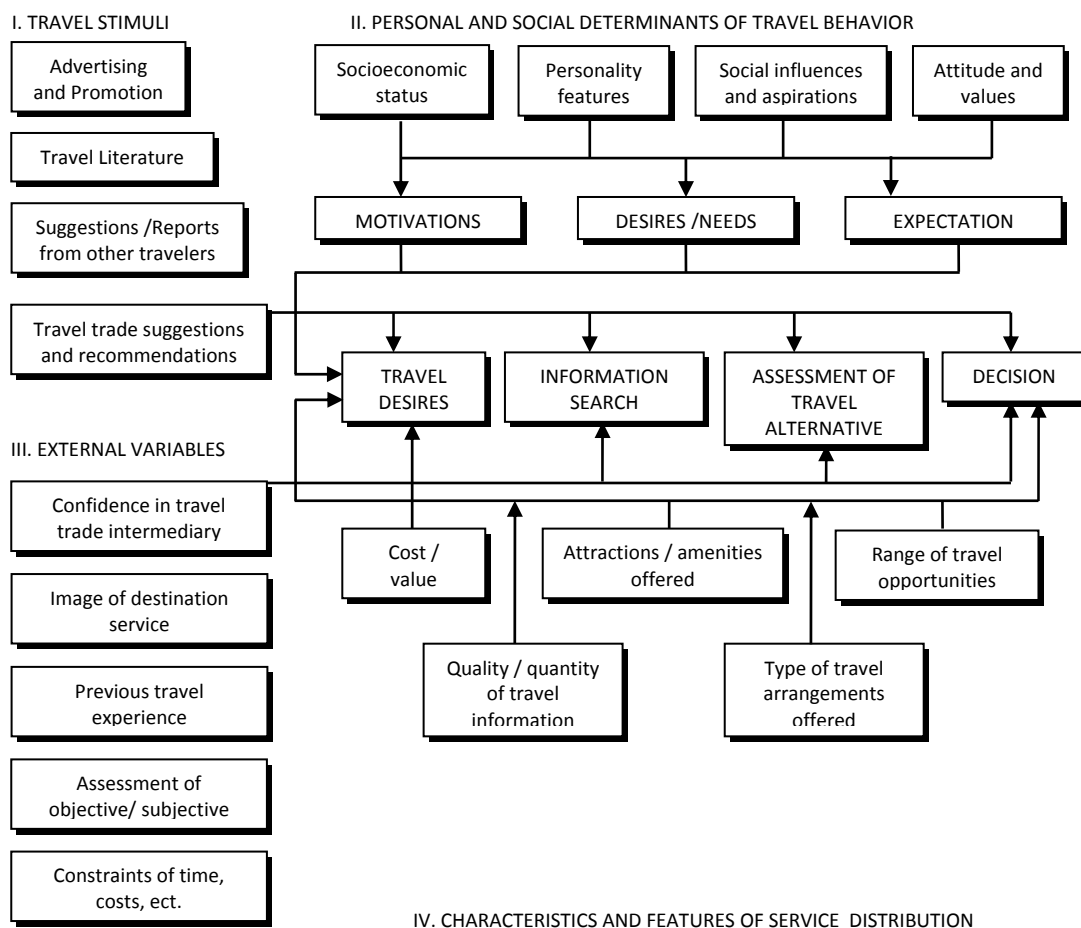
Wahab ,Crampon และ Rothfield สรุปว่า การซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นการซื้ออย่างมีจุดมุ่งหมายและมีพฤติกรรมเฉพาะตัวเพราะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์และแนวความคิดของนักท่องเที่ยว เช่น 1) ไม่มีผลตอบแทนที่เป็นรูปธรรมหลังการลงทุน 2) มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับรายได้ 3) การซื้อไม่ได้เกิดขึ้นโดยฉับพลัน และ 4) ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมาจากการออมและวางแผนการเงินไว้ล่วงหน้า (อ้างถึงใน Abraham Pizam and Yoel Mansfeld, 2000 : 18)



ภาพที่ 23 โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคของ Wahab, Crampon และ Rothfield

ที่มา: อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล (2553)

Wahab และคณะเน้นว่า การที่ต้องการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวต่อความผิดหวังและจะรู้สึกไม่ดีถ้ามีสิ่งใดหรือใครมาทำลายความรู้สึกของเขาขณะท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจท่องเที่ยวดำเนินไปเป็นขั้นๆ



ภาพที่ 24 The Travel Decision Process : A Model

ที่มา: Schmoll (1977) อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล (2553)

ในขณะที่ Schmoll ได้เสนอโมเดลที่แสดงให้เห็นถึงกระบวนการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวซึ่งถูกกำหนดจากสิ่งกระตุ้น ความปรารถนา ความต้องการและความคาดหวังของบุคคลต่างๆ ในสังคมที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (อ้างถึงใน Abraham Pizam and Yoel Mansfeld, 2000 : 20) โดย Schmoll กล่าวว่า โมเดลของเขามีประโยชน์ในการช่วยตัดสินใจในการท่องเที่ยว โดยใช้โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคของ Howard-Sheet (1969) และของ Nicosia (1966) เป็นฐาน ซึ่งโมเดลที่ Schmoll สร้างขึ้นอยู่บนหลักการที่ว่าปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางสังคมที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการเดินทางประกอบด้วยแรงจูงใจต่างๆ ความปรารถนา ความต้องการ

จำเป็น และความคาดหวังต่างๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นผลมาจากปัจจัยอื่นๆ เช่น สิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว ความมั่นใจของตัวนักท่องเที่ยวเอง ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวเคยมีมาก่อน และข้อจำกัดทางด้านเวลาและงบประมาณ ซึ่งประกอบด้วยมิติ 4 ด้าน และแต่ละด้านจะส่งผลต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย ดังที่ Schmoll กล่าวไว้ว่า “การตัดสินใจขั้นสุดท้าย คือการตัดสินใจที่จะเดินทางไปยังที่ใด เดินทางเมื่อใด จะพักที่ไหน เดินทางอย่างไรและอื่นๆ” เป็นผลมาจากกระบวนการที่มีลักษณะเฉพาะดำเนินไปอย่างเป็นขั้นเป็นตอน และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในขั้นสุดท้าย ดังนี้

มิติที่ 1: สิ่งเร้าทางการท่องเที่ยว (Travel stimuli) ประกอบด้วยสิ่งเร้าภายนอกตัวบุคคล ได้แก่ การสื่อสารการตลาด สื่อทางด้านการท่องเที่ยวต่างๆ คำแนะนำจากปากต่อปาก หรือคำแนะนำจากผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

มิติที่ 2: ปัจจัยทางสังคมและปัจจัยส่วนบุคคล (Personal and Social Determinants) เป็นตัวกำหนดถึงเป้าหมายของลูกค้ายในด้านของรูปแบบการเดินทางที่ต้องการ ความคาดหวังต่างๆ จากการท่องเที่ยว จุดมุ่งหมายทางการท่องเที่ยว ความเสี่ยงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

มิติที่ 3: ตัวแปรภายนอก (External Variables) ได้แก่ ปัจจัยภายนอก เช่น ความเชื่อมั่นที่ผู้บริโภคมีต่อผู้ให้บริการ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ที่เคยได้เรียนรู้มาก่อน ข้อจำกัดทางด้านเวลาและค่าใช้จ่าย

มิติที่ 4: คุณลักษณะต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว (Characteristics and Features of the Service Destination) ได้แก่ คุณลักษณะหรือองค์ประกอบต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว หรือบริการต่างๆ ที่มีในแหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจขั้นสุดท้าย

แต่อย่างไรก็ตาม Woodside และ Lysonski (1989) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้มาจากข้อค้นพบต่างๆ จากงานวิจัยทางด้านจิตวิทยาเชิงพฤติกรรม การตลาดท่องเที่ยวว่า ผลการศึกษาที่ได้รับสอดคล้องกับสมมติฐานที่เขาได้ตั้งไว้ คือ บริการหรือผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคดึงออกมาจากความทรงจำระยะยาว เขามาเก็บไว้ในความทรงจำในปัจจุบัน (Working memory) ซึ่งเป็นความทรงจำที่เกิดจากการรับรู้ (Awareness) จะเป็นบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพิจารณาและอาจจะถูกเลือกซื้อ โดยสรุปว่าการพยายามที่จะสืบให้เข้าไปถึงการรับรู้เกี่ยวกับจุดหมายปลายทางและความชอบในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นคู่แข่งกันของกันและกันน่าจะเป็นการเริ่มต้นที่ดีสำหรับการวัดผลการดำเนินงานทางการตลาด

จากแนวคิดทั้งหมดข้างต้นเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทำให้ทราบว่ากระบวนการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นถูกกำหนดจากสิ่งกระตุ้นไม่ว่าจากความปรารถนาความต้องการจากภายในและความคาดหวังของบุคคลต่างๆ ในสังคม อันส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตามมาในกระบวนการตัดสินใจขั้นสุดท้าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการแนวคิดของ Victor, Wahab และของ Schmoll ที่ทำให้เข้าใจกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

หลักคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

การเดินทางของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันในหลายๆ ประการตามที่ ฌ็องส์รี (2531: 88-99) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) เงินหรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกๆ ที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกและการใช้จ่ายซื้อของ 2) เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว บางคนอาจใช้เวลาสุดสัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจรอปิดภาคเรียน หรือใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว 3) ความตั้งใจที่จะเดินทางไป ปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผลและความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงินและมีเวลาคงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความตั้งใจในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

นอกจากนี้ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่สำคัญในการกระตุ้นให้คนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ได้แก่ 1) แรงจูงใจทางด้านกายภาพและจิตวิทยา (Physical and Psychological Motives) ได้แก่ ความต้องการการพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อหลีกเลี่ยงงานที่จำเจ ไปหาภูมิสงบ เพื่อรักษาสุขภาพ รักษาโรคตามคำแนะนำของแพทย์ เล่นกีฬา ว่ายน้ำ เล่นสกี ตกปลา การท่องเที่ยวธรรมชาติ การซื้อของ การเที่ยวเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลิน และได้พักผ่อนจิตใจของตนเอง 2) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรมและการศึกษา (Cultural/ Personal Education Motives) เป็นแรงจูงใจในด้านความอยากรู้อยากเห็น อยากรู้จักคน สถานที่ที่ไม่เคย เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรมดนตรี สถาปัตยกรรม เทศกาล สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว

เชิงอนุรักษ์ (Eco-Tourism) อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน 3) แรงจูงใจทางด้านสังคม และ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Social/ Interpersonal/ Ethnic Motives) ได้แก่ การไปพบปะ เยี่ยมญาติ หรือเพื่อน การได้พบหรือรู้จักเพื่อนใหม่ซึ่งอาจจะต่างเชื้อชาติ ศาสนากับตน 4) แรงจูงใจทางด้านการทำงานและธุรกิจ (Business Work/ Related Motives) ได้แก่ การไปเจรจาติดต่อธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน การเข้าร่วมประชุม สัมมนา เป็นต้น 5) แรงจูงใจด้านการบันเทิง และสิ่งเพลิดเพลิน (Entertainment/ Amusement/ Pleasure/ Pastime Motives) ได้แก่ การไปเที่ยวซื้อของ ยามว่าง การได้ชมธรรมชาติ ชีวิตสัตว์ 6) แรงจูงใจทางด้านศาสนา (Religious Motives) การมีโอกาสไปร่วมทำบุญ ศึกษาธรรมะ ฟังเทศน์ ร่วมพิธีกรรมทางศาสนา การได้ไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ถือว่าได้พักผ่อนทางจิตใจ และ 7) แรงจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ (Prestige and Status Motives) การเดินทางบางครั้งอาจสร้างชื่อเสียง ยกฐานะและเกียรติภูมิแก่ตนเองให้สูงขึ้น เช่น การเดินทางไปประชุมสัมมนา การไปศึกษาต่อต่างประเทศ และการมีโอกาสไปทำกิจกรรมต่างๆ ที่ทำให้เป็นคนดี มีเกียรติและมีสังคมขึ้น เป็นต้น

ในขณะที่ Lloyd E. Hudman (1977) ได้พิจารณาถึงปัจจัยที่เป็นสาเหตุกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว คือ เป็นสาเหตุมากระตุ้นแล้วให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล ซึ่งปัจจัยทั้งสองมีความเกี่ยวพันกันในลักษณะเป็นตัวเสริมเพิ่มกำลัง (Reinforcement) กันในการผลักดันให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (อ้างถึงใน จิตติมา สุขผลิน, 2539 หน้า 10-14) คือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors)

1. **ปัจจัยผลักดัน (Push Factors)** หมายถึง เป็นสภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในของบุคคล ให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

1.1 ความอยากรู้อยากเห็น ซึ่งถือได้ว่าเป็นแรงผลักดันภายในที่เด่นชัด ของมนุษย์ และการเดินทางท่องเที่ยวไปในที่ต่างๆ ก็เสมือนเป็นการสำรวจโลกใหม่ในความคิด และเพิ่มประสบการณ์การเรียนรู้ให้กับตนเอง

1.2 สุขภาพอนามัย ในที่นี้หมายถึงสถานที่ที่พักผ่อนมีสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และมีส่วนช่วยให้สุขภาพดีขึ้น ช่วยให้การรักษาโรคบางอย่างได้ผลมากยิ่งขึ้น จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่กระตุ้นให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นด้วยเช่นกัน

1.3 ความพึงพอใจ เป็นอีกแรงผลักดันที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยว เพราะความประทับใจในสิ่งที่ได้พบเห็นจะเป็นสาเหตุสำคัญในการสร้างความสุขและความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับบุคคล ซึ่งอาจเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเดินทางหรือใช้บริการซ้ำในอนาคต

1.4 ศาสนา เป็นส่วนหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและความศรัทธา ผู้นับถือศาสนานั้นๆ อาจมีความต้องการเดินทางไปยังแหล่งอันเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางศาสนจักร ดังนั้น การไปจาริกแสวงบุญจึงทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง

1.5 ธุรกิจและวิชาการ ก็เป็นอีกเหตุผลที่สำคัญในการเดินทาง รวมถึงการเข้าร่วมในโครงการวิจัย การประชุม การติดต่อธุรกิจ การได้มีโอกาสไปศึกษาเพื่อเพิ่มความรู้ และประสบการณ์ ฯลฯ ก็ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวขึ้น

1.6 การเยี่ยมเยียนเพื่อนและญาติพี่น้อง เป็นอีกเหตุผลที่ผลักดันให้เกิดการเดินทาง ซึ่งมีทั้งเดินทางออกไปเยี่ยม หรือกลับมาเยี่ยม เป็นต้น

1.7 เกียรติภูมิ ในที่นี้หมายถึงความปรารถนาของบุคคลบางคนที่ตั้งความหวังไว้หรืออาจเป็นเพราะค่านิยมในสังคมที่ยกย่องการเดินทางไปในสถานที่บางแห่ง จึงทำให้มีความพยายามที่จะเดินทางท่องเที่ยวขึ้น

สิ่งที่กล่าวมาเป็นเพียงเหตุผลเบื้องต้น อันเป็นปัจจัยผลักดันให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการยากที่จะเจาะลงไปในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพราะโดยปกติแล้วการเดินทางมักจะมีเหตุผลมากกว่าหนึ่งอย่างเสมอ

2. ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หมายถึง เป็นสภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูดหัวใจให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่

2.1 แหล่งศิลปวัฒนธรรม (Cultural Landscapes) หมายถึง ผลงานและเรื่องราวของมนุษย์ในอดีตและปัจจุบัน เป็นสิ่งกระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สิ่งก่อสร้างและประดิษฐกรรมทางประวัติศาสตร์ในสถานที่ต่างๆ เช่น แนวเสาหิน (Stonehenge) ที่ประเทศอังกฤษ อนุสาวรีย์ เขตพื้นเมือง (Folk Landscapes) หรือพื้นที่ที่แสดงถึงความเป็นพื้นบ้านพื้นเมืองดั้งเดิม สภาพสิ่งแวดล้อม สิ่งก่อสร้างและวิถีชีวิต (Way of Life) ของชาวพื้นเมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวเข้าไปสัมผัสสถานที่บางแห่งที่มีชื่อเสียงและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ ยังหมายรวมถึง สถานที่ทางการศึกษาบางแห่งที่น่าสนใจและน่าศึกษา การแสดงและนิทรรศการต่างๆ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น มหาวิทยาลัยเคมบริดจ์ของประเทศอังกฤษ และฮาร์วาร์ด ของอเมริกา สถานที่ทางการเมือง เช่น ทำเนียบขาวของอเมริกา หรือเมืองหลวงของแต่ละประเทศซึ่งมักจะมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ เช่น พระราชวังเครมลินในประเทศรัสเซีย และสถานที่สำคัญทางศาสนาทั้งเก่าและใหม่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยี่ยมชมได้มาก เช่น นครวาติกัน ในกรุงโรม โบสถ์เวสมินเตอร์ ในกรุงลอนดอน เป็นต้น

2.2 ศิลปวัฒนธรรมประเพณี หมายถึง งานเทศกาลหรือประเพณีต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวพยายามที่จะไปเยี่ยมชมในช่วงที่มีงานเทศกาลหรือประเพณี เช่น งานคาร์นิวัล ในนครริโอ เดอ จาเนโร เป็นต้น ศิลปะการแสดงและการดนตรีที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังพิจารณาถึงงานด้านศิลปะ หัตถกรรมพื้นบ้าน การสาธิตวิถีประดิษฐ์หัตถกรรมซึ่งสร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อหาผลิตภัณฑ์กลับไปเป็นของที่ระลึก และภาษา ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักเรียน และนักศึกษาระดับต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ภาษาของประเทศนั้นๆ เป็นต้น

2.3 ลักษณะทางกายภาพ (Physical) หมายถึง สภาพทางธรรมชาติ ซึ่งมีผลอย่างมากต่อการดึงดูดผู้คนให้มาท่องเที่ยวในดินแดนนั้น เช่น สภาพภูมิอากาศ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโดยตัวของมันเอง เช่น เหมาะแก่การอาบแดด เป็นต้น หรือทัศนียภาพที่งดงาม ทั้ง ป่าเขา ทะเล และภาพใต้ทะเล เป็นต้น

2.4 ชีวิตสัตว์ป่า หมายถึง สถานที่กำหนดให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปเยี่ยมชม ไปสังเกต เช่น ซาฟารีในแอฟริกา หรือเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าไปล่าสัตว์ ยิงนกตกปลา เพื่อการกีฬาได้ เป็นต้น

2.5 สิ่งบันเทิงเริงรมย์ เป็นลักษณะประการหนึ่งของสังคมเมือง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยว เช่น การกีฬา ภาพยนตร์ อาหารรสเลิศ หรือความบันเทิงยามราตรี

2.6 เรื่องอื่นๆ อาจเป็นเรื่องปลีกย่อยที่เกี่ยวข้องพันในการมีส่วนให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น เช่น ความสุภาพอ่อนโยน เป็นมิตรไมตรีของเจ้าบ้านหรือท้องถิ่น ความสะอาดสวยงาม และความปลอดภัย เป็นต้น

แนวความคิดของนักวิชาการทางการท่องเที่ยวต่างๆ นี้ ได้พยายามอธิบายถึงสาเหตุมูลฐานทางด้านจิตใจหรือแรงจูงใจทางจิตวิทยาต่างๆ ในการโน้มน้าวให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ปรากฏว่าพื้นฐานของแรงจูงใจที่เป็นปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มคนที่พยายามแสวงหาความพอใจ โดยอาศัยการเดินทางนั้นก็เพื่อหลีกเลี่ยงบางสิ่งบางอย่าง หรืออาจอธิบายได้ตามอิทธิพลจากปัจจัยผลักดันและปัจจัยดูด โดยที่พฤติกรรมที่ปรากฏ คือ การเดินทางท่องเที่ยวเหมือนกัน ปัจจัยผลักดันส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล และมีอิทธิพลให้เกิดความรู้สึกต่างๆ ซึ่งอาจนำไปสู่ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยดึงดูดจะเป็นปัจจัยภายนอกที่เกิดจากสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ดึงดูดให้ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะไปเยือน สัมผัส

และเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ปัจจัยทั้งสองจึงมีอิทธิพลร่วมกัน หากแต่ปัจจัยดึงดูดที่เกิดจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะเห็นภาพที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้นกว่าปัจจัยผลักดันที่เกิดจากภายในตัวบุคคลนั่นเอง

ในขณะเดียวกัน Middleton (1994) ได้อธิบายเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นตัวกำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยว (Determinants of Demand for Tourism) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของมนุษย์ ได้แก่

1. สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน (Economic factors) หมายถึง หากสภาพเศรษฐกิจดีก็จะทำให้ประชากรเกิดรายได้สูงขึ้นและเอื้ออำนวยให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

2. ลักษณะของประชากร (Demographic factors) หมายถึง ลักษณะของประชากรโดยรวม ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ การศึกษา รายได้และประสบการณ์ ย่อมมีผลต่อการกำหนดรูปแบบและปริมาณการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว นอกจากนี้ เพศและเชื้อชาติก็ยังเป็นปัจจัยที่กำหนดรสนิยมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดีเช่นกัน เช่น นักท่องเที่ยวหญิงต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่ปลอดภัยมากกว่าแบบผจญภัย ซึ่งเป็นรูปแบบการเดินทางที่นิยมกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชาย สภาพภูมิอากาศและสังคมที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่นก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและรสนิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติ เช่น นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นต้น

3. สภาพภูมิศาสตร์ (Geographic factors) หมายถึง ลักษณะภูมิภานาของนักท่องเที่ยวซึ่งจะมีผลต่อการกำหนดจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไป คนที่อาศัยอยู่ในแถบทะเลจะไม่รู้สึกต้องการเดินทางไปชมหรือพักผ่อนยังท้องถิ่นที่มีลักษณะเดียวกัน แต่กลับนิยมไปยังสถานที่ที่แตกต่างออกไป เพื่อแสวงหาบรรยากาศที่แปลกใหม่

4. สภาพสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural factors) หมายถึง รูปแบบของวัฒนธรรมและทัศนคติของคนในสังคม มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว เช่น สังคมของประเทศในแถบตะวันออกกลาง ไม่เอื้ออำนวยให้ผู้หญิงเดินทางไปยังประเทศอื่นที่ห่างไกล แต่กลับกันกับสังคมชาวตะวันตกที่เปิดโอกาสให้ผู้หญิงเดินทาง และผู้หญิงชาวเอเชียวัยทำงานนิยมเดินทางเป็นกลุ่มมากกว่าเดินทางลำพัง และบางประเทศมีค่านิยมที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญกับการท่องเที่ยวในระดับทางสังคมที่สูงขึ้น โดยเฉพาะผู้มีฐานะทางการเงินดี ก็นิยมเดินทางท่องเที่ยวไปต่างประเทศมากกว่าในประเทศ เป็นต้น

5. นโยบายและกฎระเบียบต่างๆ (Government / regulatory factors) หมายถึง นโยบายทางการเมืองหรือกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะเดินทางของ

นักท่องเที่ยว ปัญหาการสู้รบ ความตึงเครียดทางการเมือง การกำหนดวันหยุดประจำปี หรือนโยบายต่างๆ ที่สกัดกั้นการเดินทางออกของนักท่องเที่ยวที่รัฐบาลของแต่ละประเทศกำหนด

6. ราคา (Price factors) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกหรือเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นค่าพาหนะ ค่าที่พัก หรืออัตราค่าครองชีพในท้องถิ่นที่จะไปท่องเที่ยว

7. ความสะดวกในการเดินทาง (Transport factors) หมายถึง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ ว่ามีความยากง่ายเพียงใด เช่น มีสายการบินที่บินตรงสู่จุดหมายปลายทางที่ต้องการหรือไม่ เวลาที่ใช้ในการเดินทางมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

8. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relations) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งได้รับความนิยมของนักท่องเที่ยว จึงมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อนำให้นักท่องเที่ยวที่กำลังตัดสินใจเลือกเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้น

จากการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นสาเหตุกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว ดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ในแง่ของการเดินทางท่องเที่ยว มีปัจจัย 2 ด้าน ที่เป็นสาเหตุให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล คือ ปัจจัยผลักดัน ซึ่งเป็นสภาพเงื่อนไขที่มากกระตุ้นให้เกิดแรงผลักดันภายในของบุคคลให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น สุขภาพอนามัย ความพึงพอใจ ศาสนา ธุรกิจและวิชาการ เพื่อนฝูงและญาติพี่น้อง เกียรติภูมิ และส่วนปัจจัยดึงดูดนั้น คือสภาพเงื่อนไขภายนอกที่มาดึงดูดเร้าใจให้บุคคลได้ออกเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ลักษณะทางกายภาพ (สภาพธรรมชาติ) ชีวิตสัตว์ป่า (ไปเที่ยวชม ไปสังเกต หรือการล่าสัตว์) สิ่งบันเทิงเริงรมย์ และเรื่องอื่นๆ เช่น ความสุขภาพอ่อนโยน ความเป็นมิตรไมตรีของเจ้าของบ้านหรือท้องถิ่น

นอกจากนี้ยังมีสภาพเงื่อนไขด้านอื่นๆ ที่อาจเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลเกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน นั่นคือ ปัจจัยสนับสนุนเป็นตัวกำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยว ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของบุคคล ได้แก่ ลักษณะของประชากร (เช่น เชื้อชาติ เพศ ขนาดองค์ประกอบของครอบครัว อายุ การศึกษา รายได้ อาชีพ ประสบการณ์) สภาพเศรษฐกิจ ราคาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ความสะดวกสบายและความปลอดภัยในการเดินทาง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ สังคมและวัฒนธรรม (ซึ่งหมายถึงความถึงวัฒนธรรมและทัศนคติของคนในสังคม) และนโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่างๆ

ดังนั้น ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจะนำปัจจัยต่างๆ มาพิจารณาประกอบกัน เพื่อเลือกจุดหมายปลายทางที่คิดว่าจะตอบสนองต่อความต้องการของตนได้มากที่สุดหรือคุ้มค่าที่สุด เป็นการตอบสนองความพึงพอใจของ ในขณะที่ ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในด้านการจัดการการท่องเที่ยว จะนำปัจจัยต่างๆ มาใช้พิจารณาประกอบการดำเนินการเพื่อการขยายการตลาดการท่องเที่ยวของตน นอกจากนี้ แมคอินทอช (1977) ได้ศึกษาถึงวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Middleton โดยได้อธิบายถึงเหตุจูงใจต่างๆ ที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อจุดมุ่งหมายต่างๆ ขึ้น ซึ่งแมคอินทอช ได้จำแนกเป็น 4 ประการ (อ้างถึงใน จิตติมา สุขผลิน, 2539 : 10) ดังนี้

1. มูลเหตุจูงใจทางด้านร่างกายหรือกายภาพ หมายถึง ความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนร่างกาย เช่น เข้าร่วมกิจกรรมทางกีฬาหรือรักษาสุขภาพ พักผ่อนตากอากาศชายทะเล หรือร่วมกิจกรรมเพื่อความบันเทิงต่างๆ เป็นต้น

2. มูลเหตุจูงใจทางด้านวัฒนธรรม หมายถึง ความต้องการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ในประเทศอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านวัฒนธรรม ได้แก่ นาฏศิลป์ ดุริยางค์ศิลป์ จิตรกรรม ประติมากรรม หรือวิถีชีวิตและประเพณีต่างๆ เป็นต้น

3. มูลเหตุจูงใจทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึง ความต้องการที่จะพบปะกับผู้คนใหม่ๆ หรือการพบเพื่อนเก่าและญาติพี่น้อง รวมไปถึงการหลบจากสภาพชีวิตประจำวัน ครอบครัวและเพื่อนบ้านเพื่อไปพบและทำความรู้จักมักคุ้นกับเพื่อนใหม่

4. มูลเหตุจูงใจทางด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึง ความต้องการที่จะพัฒนาตัวเองให้มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูงขึ้น การเดินทางในลักษณะนี้เป็นในด้านการศึกษา การประชุมและการติดต่อธุรกิจ เป็นต้น ซึ่งจะช่วยยกระดับสถานภาพหรือเกียรติยศชื่อเสียงของตนให้สูงขึ้น มูลเหตุจูงใจหรือแรงจูงใจนี้ เป็นที่ยอมรับทั่วไปว่า เป็นสิ่งผลักดันในจิตใจของบุคคลทุกคน อันเป็นตัวกระตุ้นเร้า และก่อให้เกิดพฤติกรรมตามที่คาดหวังไว้ ซึ่งในแง่ของการท่องเที่ยว ก็คือการคาดหวังจะได้รับความพึงพอใจจากกิจกรรมเพื่อการหย่อนใจ (Leisure Activities) ต่างๆ นั้นเอง

กล่าวโดยสรุป การทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดข้างต้น ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยทั้งในทางตรงและทางอ้อม ได้ครอบคลุมสาระสำคัญ อาทิปัจจัยและแรงจูงใจต่างๆ ที่กระทบการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ทำให้ทราบว่าปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะเดินทางหรือไม่ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด ทั้งนี้ผลจากการทบทวนวรรณกรรม

สะท้อนว่า อิทธิพลจากปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดนำไปสู่การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยปัจจัยผลักดันส่วนใหญ่จะเป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลทำให้เกิดทัศนคติ ความรู้สึกต่างๆ ซึ่งอาจนำไปสู่ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยดึงดูดจะเป็นปัจจัยภายนอกที่เกิดจากสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่ดึงดูดทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะไปเยือน สัมผัสและเข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น โดยปัจจัยดึงดูดที่เกิดจากแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะค่อนข้างเป็นรูปธรรม เช่น ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย เป็นต้น ในขณะที่ปัจจัยผลักดันที่เกิดจากภายในตัวบุคคล จะค่อนข้างเป็นรูปธรรม เช่น ความต้องการพักผ่อน ต้องการหาประสบการณ์ ความตื่นเต้นระหว่งการท่องเที่ยว หรือต้องการแสดงออกถึงสถานภาพด้านสังคมและเศรษฐกิจ เป็นต้น

3.1.5 หลักคิดด้านความพึงพอใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

Getzels et al. (1968: 45-47) เสนอว่า ความคาดหวังของมนุษย์แต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกัน แม้กระทั่งความคิดและความต้องการก็ไม่เหมือนกัน จึงส่งผลให้พฤติกรรมทางสังคมของเราแต่ละคนแตกต่างกันออกไปด้วย นอกจากนี้แล้ว Finn (1921: 15-16) และ De Cecco (1967: 80-82) ยังสรุปว่า ความคาดหวัง (Expectations) หมายถึง การประเมินค่าบุคคลหรือตนเองด้านจิตสำนึกและใช้ความคาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลที่ตนคาดหวังหรือต่อตนเองในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้อง นอกจากนี้ ยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมาด้วย เช่น ถ้าบุคคลผู้นั้นเคยประสบผลสำเร็จในการทำงานนั้นมาก่อน ก็จะทำให้การกำหนดความคาดหวังในการทำงานครั้งต่อไปสูงขึ้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าบุคคลผู้นั้นมีภูมิลำเนา ประสบการณ์ หรือทัศนคติเป็นอย่างไร

ผลการศึกษาของ Finn ; De Cecco และ Getzels et al. ได้สรุปว่าความคาดหวังเป็นการคาดการณ์ของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ โดยบุคคลจะใช้ประสบการณ์ที่เคยประสบมาเป็นปัจจัยกำหนดความคาดหวัง ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า ความคาดหวังเป็นการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นและในขณะเดียวกันพฤติกรรมหรือการแสดงออกของบุคคลจะเป็นไปในลักษณะที่สอดคล้องกับความคาดหวังนั้นๆ แต่อย่างไรก็ตาม Vroom (1970) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังไว้ว่า การที่บุคคลจะกระทำการใดๆ ก็ตาม ขึ้นอยู่กับปัจจัย 4 ประการ คือ 1) ผลตอบแทนที่ได้รับนั้นเหมาะสมเพียงใด 2) ความพอใจหรือไม่พอใจต่อผลที่เขาได้รับ 3) เมื่อเปรียบเทียบกับผู้อื่นแล้วเขาเชื่อว่าเขาต้องเป็นผู้ได้รับผลอันนั้น และ 4) เขามีโอกาสที่จะได้รับผลตอบแทนตามความคาดหวัง นอกจากนี้ วินดา วรรณเจริญ (2540) ได้สรุปเกี่ยวกับทฤษฎีความคาดหวังว่า เป็น

การจูงใจที่เกิดจากบุคคลที่มีความต้องการหลายอย่างและเชื่อว่าถ้าดำเนินการด้วยวิธีนี้จะได้ผลตอบแทนเช่นกัน เมื่อเชื่อแล้วจะตัดสินใจกระทำ เพราะมีแรงจูงใจให้ทำงานตามความเชื่อ ส่วนผลที่ได้รับนั้นเป็นอีกเรื่องหนึ่งแต่ก็มีแรงจูงใจให้ทำงานตามความเชื่อว่าจะเป็นอย่างที่คาดหวังไว้

เกสลิณี กลั่นบุศย์ (2540: 16); ศรีนิตย์ บุญทอง (2531: 10-11); ประเจต อำนาค (2541: 37) และ วันเพ็ญ สอนสีดา (2549) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไปในแนวทางเดียวกันว่า ความคาดหวัง หมายถึง การคาดการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ขึ้นอยู่กับลักษณะบุคคล ประสบการณ์ที่ผ่านมาและการเห็นคุณค่าของการกระทำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการนั้น หรือคุณค่าความสำเร็จของสิ่งนั้นๆ ทั้งรูปธรรมหรือนามธรรมก็ได้ ดังนั้นจึงกำหนดระดับความคาดหวังไว้เป็นแนวทางที่จะสามารถประสบผลสำเร็จได้ เช่น ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง หมายถึง ความคาดหวังต่อสิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงปรารถนา และจินตนาการก่อนได้สัมผัสด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว การให้การต้อนรับของผู้เป็นเจ้าบ้าน การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว อาหารการกิน ราคา ความคุ้มค่าเงิน ความปลอดภัย รวมทั้งคุณภาพและมาตรฐานในด้านต่างๆ เป็นต้น ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรมก็ได้ โดยความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการประเมินค่าโดยมาตรฐานของนักท่องเที่ยวเองก่อนที่นักท่องเที่ยวจะท่องเที่ยวหรือเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในภายหลัง ซึ่งแต่ละบุคคลก็แตกต่างกันออกไปและขึ้นอยู่กับประสบการณ์และปัจจัยส่วนบุคคลด้วย

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2539) ได้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” หรือ “Satisfaction” ว่า หมายถึงความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในขณะที่ Vroom (1964:328) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงทัศนคติเชิงบวกที่ได้จากการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือเหตุการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง ถ้าไม่พึงพอใจ จะหมายถึงทัศนคติเชิงลบจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือเหตุการณ์นั้นๆ (อ้างถึงใน จันทรพิชญ ตูเทศานันท์, 2542: 47) ในขณะที่ McCormick (1965:299) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่ต้องการ ในขณะที่ Mullins (1985:280) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นสภาพที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบ

ความสำเร็จในงานทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจที่สะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นและเป็นกระบวนการหมุนเวียน (อ้างถึงใน วัฒนา เพ็ชรวงศ์ , 2542)

นอกจากนี้ จิตตินันท์ (2543:19) ได้ให้ความหมาย “ความพึงพอใจของผู้รับบริการ” ตามแนวคิดของนักการตลาด โดยแบ่งเป็น 2 นัย คือ 1) ความหมายที่ยึดสถานการณ์เกี่ยวกับการซื้อเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจเป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินสิ่งที่ได้รับภายหลังสถานการณ์การซื้อสถานการณ์หนึ่ง และ 2) ความหมายที่ยึดสถานการณ์เกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าเป็นหลัก ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจ เป็นผลที่เกิดขึ้นเนื่องจากการประเมินภาพรวมทั้งหมดของประสบการณ์หลายๆ อย่าง ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในระยะเวลาหนึ่ง หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินความสามารถของการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ Oliver ได้ให้ความหมายว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภค หมายถึง ภาพการณ์แสดงออกที่เกิดจากการประเมินประสบการณ์การซื้อและการใช้สินค้าและบริการ ซึ่งอาจขยายความให้ชัดเจนได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ภาพการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางบวกที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังหรือดีเกินความคาดหวังของลูกค้า ในทางตรงกันข้ามความไม่พึงพอใจ เป็นภาพการณ์แสดงออกถึงความรู้สึกในทางลบที่เกิดจากการประเมินเปรียบเทียบประสบการณ์การได้รับบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังของลูกค้า (อ้างถึงใน จิตตินันท์ เดชะคุปต์, 2539)

สรุปว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติทางด้านบวกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ แต่ทั้งนี้ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่านิยมและประสบการณ์ที่ได้รับ ส่วนในด้านของความพึงพอใจและความไม่พึงพอใจในการบริการ อาจกล่าวได้ว่า เป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของบุคคลตามความรู้ ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับนั้นมากกว่าหรือเท่ากับสิ่งที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะเกิดความพึงพอใจในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งที่ได้รับนั้นน้อยกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พึงพอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้ง ดังที่มีการแบ่งระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการ ไว้ 2 ระดับดังนี้ (พิภพ, 2537)

ระดับที่ 1 ความพึงพอใจที่ตรงกับความคาดหวัง เป็นการแสดงความรู้สึกยินดีของผู้รับบริการเมื่อได้รับการบริการตรงกับความคาดหวังที่มีอยู่ เช่นนักท่องเที่ยวจะรู้สึกยินดีเมื่อได้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว (Tourist Information Centre) ตรงกับที่คาดหวังไว้

ระดับที่ 2 ความพึงพอใจที่เกิดจากความคาดหวังเป็นการแสดงความรู้สึกปลื้มใจหรือประทับใจของผู้รับบริการ เมื่อได้รับการบริการที่เกินความคาดหวังที่มีอยู่ เช่น นักท่องเที่ยวที่มาขอข้อมูลการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทราบข้อมูลการเดินทางจากคำอธิบายของเจ้าหน้าที่เท่านั้น แต่นักท่องเที่ยวยังได้รับการข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อรูปแบบอื่นๆ เช่น แผนที่ท่องเที่ยว หรือโบรชัวร์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและที่พัก เป็นต้น สำหรับความไม่พึงพอใจนั้นเป็นการแสดงความรู้สึกชุนข้องใจ อารมณ์ไม่ดี เนื่องจากไม่ได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังนั่นเอง

ความพึงพอใจที่เกิดจากความคาดหวังและประสบการณ์

Cadotte et al. (1982) ได้นิยามความหมายของความพึงพอใจว่า เป็นการเปรียบเทียบสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับ และเป็นการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ได้ในเชิงผลลัพธ์ (Performance) เมื่อประสบการณ์ดังกล่าวมีความแตกต่างกันในทางลบจากความคาดหวัง จะทำให้เกิดความไม่พอใจ (Dissatisfaction) และความพึงพอใจนั้นมักเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ก่อนการเดินทาง (Pre-travel Expectations) แล้วนำมาเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่ได้รับภายหลังการเดินทาง หากผลการเปรียบเทียบเป็นลบก็แสดงว่าไม่มีความพึงพอใจ ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่ได้รับมีมากกว่าความคาดหวัง ดังเช่นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นผลจากความประทับใจต่างๆที่ได้รับจากการท่องเที่ยวสูงเกินกว่าที่คาดหวังไว้ก่อนการท่องเที่ยวตนเอง (ศุภลักษณ์ อัครางกูร, 2547 :136) แต่ Pearce (1980) อธิบายว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความชอบที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวก่อนที่จะเดินทาง ความชอบที่ว่าจะส่งผลต่อการประเมินความรู้สึกต่อแหล่งท่องเที่ยวภายหลังจากการเดินทางไปเยือนแล้ว Pearce สรุปว่า ถ้าความชอบในแหล่งท่องเที่ยวมีอยู่มากเป็นทุนเดิมก่อนการเดินทาง จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวประเมินความพึงพอใจหลังการเดินทางไปในทางบวก หรืออาจพูดได้ว่าการรับรู้ก่อนการเดินทางที่เป็นไปในทางบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวหรือประเทศที่จะเดินทางไปเยือนมักจะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจและประเมินความรู้สึกให้เป็นไปในด้านบวกภายหลังที่การเดินทางได้เกิดขึ้นแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับคำพูดของ Hughes (1991) ที่ว่า ความพึงพอใจขึ้นอยู่กับ การรับรู้ แต่ Pearce ได้เสนอประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมว่า ความรู้สึกเชิงบวกหรือความชอบเดิมที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้นไม่ได้หมายความว่านักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจเสมอไป เนื่องจากการรับรู้ที่มีก่อนการเดินทาง อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากประสบการณ์ใหม่ที่นักท่องเที่ยวได้รับขณะที่การเดินทางเกิดขึ้น

จากมุมมองในด้านความคาดหวังและประสบการณ์ที่กำลังกล่าวถึงนี้ Pizam (1987) ได้ให้คำจำกัดความของความพึงพอใจว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หมายถึง ผลลัพธ์ที่ได้

จากการเปรียบเทียบกันระหว่างความคาดหวังต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวต้องการได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปเยือน เมื่อเอาประสบการณ์ที่ได้รับมาเปรียบเทียบกับความคาดหวังต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ตั้งเอาไว้ ส่งผลออกมาเป็นความรู้สึกของการบรรลุความตั้งใจ นั้นหมายถึงว่า นักท่องเที่ยวจะเกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าผลออกมาเป็นความรู้สึกที่ไม่เพิลิดเพิลิน หรือไม่สบอารมณ์ จะหมายความว่านักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจ ในทำนองเดียวกันนักท่องเที่ยวผู้ซึ่งคาดหวังว่าจะได้รับการตอบสนองด้วยประสบการณ์ต่างๆ จะเกิดความพึงพอใจ และในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวที่ได้รับประสบการณ์ที่ไม่ตอบสนองต่อความคาดหวังก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ ยิ่งช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่ได้รับมีมากเท่าไร ก็จะส่งผลให้ความไม่พึงพอใจเกิดมากขึ้นเท่านั้น

Hughes (1991) กล่าวว่า ถึงแม้ประสบการณ์ต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับจะไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้ แต่นักท่องเที่ยวก็อาจจะยังคงมีความพึงพอใจกับการท่องเที่ยวครั้งนั้น โดย Hughes ได้จำแนกความพึงพอใจทางด้านบวกออกเป็น 3 ระดับ คือ พอใจอย่างยิ่ง (Very Satisfied) พอใจมาก (Quite Satisfied) และพอใจ (Satisfied) โดย Hughes พบว่า นักท่องเที่ยวที่ระบุว่าความคาดหวังของตนเองมีความใกล้เคียง (Similar) กับประสบการณ์ที่ได้รับก็จะมีความพึงพอใจในระดับสูง ซึ่งแตกต่างกับนักท่องเที่ยวที่ระบุว่าความคาดหวังของตนเองค่อนข้างใกล้เคียง (Somewhat alike) กับประสบการณ์ที่ได้รับก็จะแสดงความพึงพอใจในระดับที่ต่ำกว่า ดังนั้นอาจสรุปได้ว่า ระดับความพึงพอใจจะลดลงหรือเพิ่มขึ้นก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าความคาดหวังได้รับการตอบสนองอย่างไร (อ้างถึงใน เลิศพร ภาวะสกุล, 2553)

ความพึงพอใจที่เกิดจากความคาดหวังกับการรับรู้

Nightingale (1986) และ Parasuraman et al. (1985) มีความคิดเห็นไปในทำนองเดียวกันว่าความพึงพอใจเกิดจากผลต่างระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้ ซึ่งคล้ายกับคำอธิบายของ Moutinho (1987) และ Van Raaij กับ Francken (1984) ที่ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ผลต่าง (Disparity) ระหว่างความคาดหวังกับการรับรู้เกี่ยวกับการกระทำ ในขณะที่ Chon (1989) เสนอว่าความพึงพอใจหมายถึง ความสอดคล้องกันระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับ แต่ Hughes (1991) ได้กล่าวไว้อย่างน่าสนใจยิ่งว่า ความพึงพอใจสามารถกำหนดได้ด้วยการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ (อ้างถึงใน เลิศพร ภาวะสกุล, 2553)

ลักษณะของความพึงพอใจ

Hughes (1991) และ Pizam (1991) เชื่อว่า ความพึงพอใจแบ่งออกได้หลายลักษณะที่แตกต่างกัน เช่น ความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวของตนเองนั้นเป็นความพึงพอใจที่มีความหลากหลาย เช่น ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อม การคมนาคม การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และความพึงพอใจดังกล่าวต้องได้รับการวิเคราะห์แยกกันเป็นด้านเพราะจะทำให้ทราบได้ว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านใดหรือเรื่องใด และเรื่องอะไรบ้างที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ เพราะไม่ใช่ว่าในการท่องเที่ยวครั้งหนึ่งๆ นั้นนักท่องเที่ยวจะพอใจหรือไม่พอใจกับทุกเรื่องที่ได้ประสบในการท่องเที่ยว (อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล, 2553)

โดยสรุปแล้ว การที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนั้น นอกจากปัจจัยและแรงจูงใจด้านต่างๆ แล้ว นักท่องเที่ยวยังมีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ที่จะไปอีกด้วย ทั้งนี้หมายรวมถึงทุกสิ่งทีนักท่องเที่ยวคาดหวังไว้ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว การบริการ สภาพแวดล้อม และความสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ดังนั้น นักท่องเที่ยวก็จะมีระดับของความคาดหวังในแต่ละเรื่องไม่เท่ากัน ดังจะพบว่าภายหลังจากที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ แล้วใช้บริการทางการท่องเที่ยว ได้สัมผัสกับสภาพแวดล้อมแล้ว ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก็จะถูกนำมาเป็นตัววิเคราะห์และประเมินความพึงพอใจภายหลังจากการที่ได้เห็น ได้สัมผัส และได้รับการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นด้วย

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้งานวิจัยมีกรอบแนวคิดที่ตั้งอยู่บนฐานเชิงวิชาการและน่าเชื่อถือ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำเสนอผลสรุปการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Research-related reviews) ดังต่อไปนี้

จากกรณีศึกษาชุมชนริมน้ำดั้งเดิมในพื้นที่เทศบาลตำบลอัมพวาและบริเวณใกล้เคียงจังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพชุมชนและสถานการณ์การท่องเที่ยวของชุมชนริมน้ำดั้งเดิม และวิเคราะห์เงื่อนไขที่เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (วิลาวัลย์, 2553) **สรุปว่า** กิจกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมชุมชนมากที่สุดคือ การล่องเรือยนต์เที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ตามลำน้ำ รองลงมาคือ การพักผ่อน การจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรมีการกำหนดเขตการใช้ประโยชน์

พื้นที่บริเวณคลองอัมพวาที่ชัดเจน จัดทำแผนแม่บทเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนขึ้น พัฒนากิจกรรมและการถ่ายทอดองค์ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ถูกต้อง ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มและเครือข่ายระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ มีคณะกรรมการและกองทุนเพื่อส่งเสริมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้น ทั้งนี้ในการดำเนินการควรวางอยู่บนฐานของการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนอย่างแท้จริง

ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น การศึกษาด้านความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (ทัชชะพงศ์, 2550) ผลการวิเคราะห์ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21 - 30 ปี มี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,001 - 12,000 บาท 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยว มีสิ่งจูงใจทางด้านเหตุผลคือ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สิ่งจูงใจทางด้านอารมณ์ คือ ต้องการมาเห็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน โดยมีโอกาสในการท่องเที่ยว วันเสาร์-อาทิตย์ มีรูปแบบในการท่องเที่ยว คือ มาเที่ยวชมธรรมชาติ และมีการบอกบุคคลอื่นเฉลี่ยสูงมาก และการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งเฉลี่ยสูงมาก 3) ด้านการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้รับข่าวสารจากเพื่อน / เพื่อนบ้าน มากที่สุด 1-2 ครั้งต่อปี 4) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว ด้านความถี่ในการท่องเที่ยว ด้านการบอกบุคคลอื่นและด้านการกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 5) ด้านการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวัง และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า มีความคาดหวังต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และด้านการบริการทางการท่องเที่ยวมากกว่าการรับรู้จริง ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวไม่พอใจในการจัดการการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามในทุกด้าน และ 6) การวิเคราะห์ด้านการรับรู้จริงต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการจัดการการท่องเที่ยวด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวมีการกลับมาท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาอีกครั้ง เพิ่มขึ้นมากกว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการจัดการการท่องเที่ยวด้านบริการการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาที่น่าสนใจอีกเรื่องหนึ่งเกี่ยวกับ ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง (มัลลิกา, 2542) ซึ่งพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในด้าน อายุ อาชีพและภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน

มีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยด้านเพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน **กลับพบว่า**มีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ **ในขณะที่เดียวกัน** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความคาดหวังต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้งในระดับปานกลาง และ**พร้อมกันนั้น** นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง ในระดับปานกลาง ส่วนในด้านความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกทุกกรณีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในด้าน เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

มีผลการวิจัยที่มีประเด็นนำศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร ปัจจัยจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงครามเร็วขึ้น (ศรีณพร, 2551) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาส่วนใหญ่เปิดรับสื่อทางโทรทัศน์ โดยวันธรรมดาเปิดรับสื่อโทรทัศน์ช่วงเวลา 05.00-07.00 น. ส่วนในวันหยุดนักท่องเที่ยวเปิดรับสื่อโทรทัศน์ใน 2 ช่วงเวลา คือช่วงเช้า 07.00-08.00 น. และช่วงเที่ยง 12.00-13.00 น. ส่วนรายการที่นักท่องเที่ยวเปิดรับส่วนใหญ่ คือ รายการละคร รองลงมาคือรายการข่าว / สารความรู้ โดยนักท่องเที่ยวเปิดรับจากช่อง 3 มากที่สุด เปิดรับสื่อหนังสือพิมพ์รองลงมา ส่วนสื่อหนังสือพิมพ์นั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมอ่านหนังสือพิมพ์รายวัน ได้แก่ ไทยรัฐ มากที่สุด ส่วนสื่อวิทยุกระจายเสียง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รับฟังในช่วงเวลา 20.30 น. เป็นต้นไป โดยฟังรายการเพลงเป็นส่วนใหญ่ ส่วนการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากทราบข่าวจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ นิตยสารประเภทท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยจูงใจในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การมาชมหิ้งห้อยและการได้มาสัมผัสกับวิถีชีวิตท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับสูงต่อการมาท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม

3.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปตัวแปรที่ใช้และกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

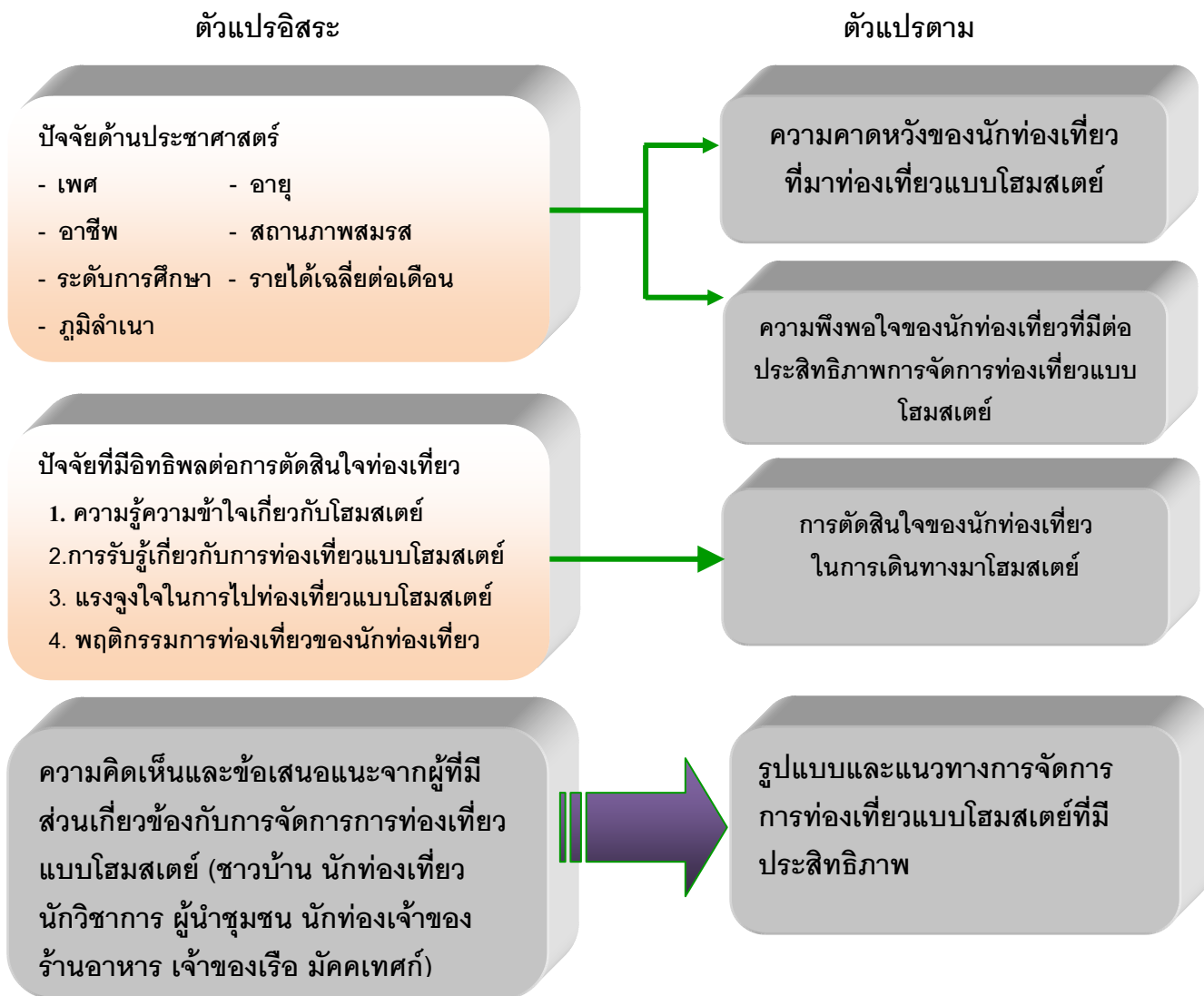
ส่วนที่ 1 ตัวแปรที่ใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 (เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบ Home-stay) และ ข้อ 3 (เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการ Home-stay) ประกอบด้วย

- 1) ตัวแปรอิสระ คือ ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิภานา
- 2) ตัวแปรตาม คือ
 - 2.1 ความคาดหวังในการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
 - 2.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
 - 2.3 การตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

ส่วนที่ 2 ตัวแปรที่ใช้เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ประกอบด้วย

- 1) ตัวแปรอิสระ คือ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (ชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการ นักท่องเที่ยว นักวิชาการ ผู้นำชุมชน เจ้าของร้านอาหาร เจ้าของเรือและ มัคคุเทศก์)
- 2) ตัวแปรตาม คือ รูปแบบและแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่มีประสิทธิภาพ

ภาพที่ 25 กรอบแนวคิดการวิจัย



§§§§§§§§§§§§§§§§

บทที่ 4

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยและแรงจูงใจต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วมหรือCBT (Community – based Tourism) เพื่อการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Homestay tourism) ให้ยั่งยืน รวมทั้งข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ ตลอดจนภาคีเครือข่ายต่างๆที่เกี่ยวข้อง (Tourism stakeholders)

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) นั้นผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามจะให้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทย ปลายโพรงพง อ.อัมพวา รวมทั้งสิ้นจำนวน 400 ชุด โดยวิธีการ สุ่มแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) โดยจะนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) เพื่อประมวลผลข้อมูลที่ได้ในรูปแบบของตารางข้อมูล พร้อมการสรุปและอธิบายผลจากตาราง ส่วนวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) นั้น ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview), การสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (focus group interview), การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participative Observation) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย: ชุมชน 19 ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์, ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เช่นเจ้าของเรือ, ร้านอาหาร, มัคคุเทศก์, องค์กรภาครัฐบาล, ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับชุมชนและวัฒนธรรมชุมชน เกี่ยวกับแนวคิด ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชน (Local participation) ในการจัดการโฮมสเตย์

ที่อัมพวา โดยการบันทึกเทปและการจัดบันทึกประกอบการวิเคราะห์ผลและใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงเนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปผลในเชิงพรรณนา ซึ่งการศึกษาครั้งนี้มีระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่บ้านทรงไทย ปลายโพงพาง อ.อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม (12 เดือน) นอกจากนี้ ประชากรที่ผู้วิจัยใช้ในการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ บุคลากรภาครัฐ ผู้เชี่ยวชาญด้านชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน และประชาชนในพื้นที่ รวมกันไม่น้อยกว่า 23 ราย

4.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

1) ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

จากข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนจังหวัดสมุทรสงครามในปี พ.ศ.2549 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งสิ้น 432,688 คน (กระทรวงการท่องเที่ยว, 2550) จึงใช้ประชากรกลุ่มนี้มาคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการแทนค่าในสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane's (Yamane, 1967) และกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ .05

สูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

$$n = \frac{N}{(1 + Ne^2)}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = ขนาดของประชากร (432,688 คน)

e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง (0.05)

ในการวิจัยครั้งนี้สามารถคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{432,688}{1 + 432,688 (0.05)^2} = 399.61$$

ดังนั้น จึงได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 400 คน

2) การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์บ้านทรงไทย ปลายโพงพาง จ.สมุทรสงคราม จนได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบ 400 คนตามจำนวนที่ต้องการ

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

4.2.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวโฮมสเตย์จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวโฮมสเตย์จำนวน 2 ข้อ

ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์จำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการนักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 6 เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์ 18 ข้อ

ส่วนที่ 7 เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ จำนวน 5 ข้อ

ลักษณะแบบสอบถามประกอบด้วย: แบบปลายปิด แบบสอบถามปลายเปิด และแบบประเมินค่า ดังต่อไปนี้

- แบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เป็นลักษณะข้อคำถามแบบเลือกตอบ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ภูมิลำเนา เป็นต้น

- แบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เป็นลักษณะที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเขียนตอบได้ในแบบสอบถามตอนที่ 7 เช่น ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางในการจัดการ/ให้บริการ/ราคาการให้บริการ

- แบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) เป็นแบบสอบถามประเมินค่าเพื่อวัดระดับความสำคัญเกี่ยวกับข้อมูล ได้แก่ ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์ บ้านทรงไทย ปลายโพงพาง จ.สมุทรสงคราม

4.2.1.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา ได้แก่

- ชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์ 19 ครัวเรือนๆละอย่างน้อย 1 คน
- เจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยว 1 คน
- ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวชุมชน 2 คน
- ผู้ประสานการจัดการโฮมสเตย์ 1 คน
- ตัวแทนผู้ให้บริการเรือชมหิ่งห้อย 1 คน
- ตัวแทนมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 1 ท่าน
- ประธานหอการค้าจังหวัด 1 ท่าน

โดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ตั้งประเด็นคำถามแล้วให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นผู้อธิบาย เสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับประเด็นต่างๆเช่น แนวคิดการจัดการโฮมสเตย์ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ รวมทั้ง แนวทางการจัดการโฮมสเตย์แบบยั่งยืนที่อัมพวา จนครบทุกประเด็น นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะใช้อุปกรณ์สำหรับเก็บบันทึกข้อมูลในระหว่างสัมภาษณ์ เช่น สมุดจดบันทึก เครื่องอัดเสียงและบันทึกภาพ เป็นต้น

4.2.2 การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญที่เป็นที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อเป็นแนวทางการกำหนดกรอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์
2. ลงมือสร้างแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวและแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
3. นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขและเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษาอีกครั้ง
4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์มาปรับปรุงแก้ไขแล้วไปดำเนินการทดลองเก็บข้อมูล (Pre-test) กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา จำนวน 30 คน

เพื่อหาข้อบกพร่องของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง และวัดหาค่าความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง เพื่อยืนยันความถูกต้องและคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการวัดหาค่าความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงแล้วไปเก็บข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา จำนวน 400 คน และนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อไป

4.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจาก แหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ

1) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากสถิตินักท่องเที่ยวที่มีผู้รวบรวมไว้แล้ว ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (โดยการเข้าไปเก็บข้อมูลหรือทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มตัวอย่าง) และข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยใช้ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลร่วมกับผู้ช่วยนักวิจัย จนครบ 400 ชุด ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล คือ วันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ระหว่างเดือนธันวาคม 2549 – ธันวาคม 2550 และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

โดยมีวิธีเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ลงสำรวจพื้นที่ที่ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลในเบื้องต้น เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับวิธีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทางที่เหมาะสม ช่วงเวลาที่สะดวกแก่การเก็บรวบรวมข้อมูล และค่าใช้จ่ายในเบื้องต้น

2. ผู้วิจัยดำเนินการประสานงานไปยังหน่วยงานหรือผู้ให้ข้อมูลโดยตรง เพื่อแจ้งความประสงค์ของผู้วิจัยและนัดหมายกำหนดวันและเวลาในการเข้าไปสัมภาษณ์หรือเก็บรวบรวมข้อมูล

3. ผู้วิจัยดำเนินการสำรวจสถิติเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสมุทรสงครามจากหน่วยงานสถิติจังหวัด รวมทั้งที่พักแบบโฮมสเตย์ที่บ้านทรงไทย ปลายโพงพาง อ. อัมพวา ในปี พ.ศ.2549-2550 กับผู้ประสานการจัดการโฮมสเตย์ปลายโพงพาง อัมพวา เพื่อนำข้อมูลมาคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ถูกต้องในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้

4. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการแก้ไขข้อบกพร่องแล้วไปดำเนินการแจกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวาจังหวัด สมุทรสงคราม แยกเก็บตามจำนวนสัดส่วนที่เหมาะสม และใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Random Sampling) จนครบจำนวน 400 ชุด ขณะที่แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured) ที่เสร็จสมบูรณ์แล้ว ไปดำเนินการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อไป

6. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามให้เป็นระบบ และนำไปตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องแล้วนำไปวิเคราะห์ประมวลทางสถิติ แปลผล และสรุปผล ตามลำดับ ส่วนแบบสัมภาษณ์เมื่อรวบรวมเรียบร้อยแล้วจะนำไปสรุปผลเชิงเนื้อหาต่อไป

4.4 วิธีวิเคราะห์ข้อมูลและหลักสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต้นจะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของคำตอบจากแบบสอบถาม จากนั้นจะลงรหัสของข้อมูลลงในแบบฟอร์มการลงรหัสทั่วไป (General Coding Form) เพื่อเป็นการเตรียมข้อมูลที่จะใช้ในการกรอกรหัสลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS แล้วจึงวิเคราะห์ประมวลผลเพื่อหาค่าทางสถิติ และนำเสนอในลักษณะเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) และตารางแสดงค่าต่างๆ ทั้งนี้ กำหนดวิธีวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรอกรหัสของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแสดงเป็นค่าแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ข้อมูลที่ใช้แบบประเมินค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา เป็นค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) โดยผู้วิจัยได้ใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) แบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

2.1 ค่าประเมินในการวัดระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา เพื่อประเมินค่าและแปลผลโดยมีเกณฑ์ค่าประเมินที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ คือ

ค่าประเมิน (คะแนน)	ระดับความพึงพอใจ
5	หมายถึง มากที่สุด
4	หมายถึง มาก
3	หมายถึง ปานกลาง
2	หมายถึง น้อย
1	หมายถึง น้อยที่สุด

สำหรับการแปลผลค่าเฉลี่ยจะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2542 : 82) โดยคำนวณหาค่าพิสัยได้จากสูตรดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เกณฑ์คะแนนในการแปลผลค่าเฉลี่ยเป็นดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ / ความคิดเห็น
4.21 - 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 - 3.40	ปานกลาง
1.81 - 2.60	น้อย
1.00 - 1.80	น้อยที่สุด

2.2 ค่าประเมินในการวัดระดับคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่อัมพวา เพื่อประเมินค่าและแปลผล โดยมีเกณฑ์ค่าประเมินที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามพิจารณา 5 ระดับ โดยแบ่งเป็นระดับการประเมิน ดังนี้

ค่าประเมิน (คะแนน)	ระดับความคาดหวังและความพึงพอใจ
5	ความคาดหวัง/ความพึงพอใจมากที่สุด
4	ความคาดหวัง/ความพึงพอใจมาก
3	ความคาดหวัง/ความพึงพอใจปานกลาง
2	ความคาดหวัง/ ความพึงพอใจน้อย
1	ความคาดหวัง/ ความพึงพอใจน้อยที่สุด

และกำหนดค่าน้ำหนักของเกณฑ์การประเมิน เพื่อแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ระดับความคาดหวัง		ระดับความพึงพอใจ	
ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ระดับค่าเฉลี่ย	ความหมาย
4.21 - 5.00	คาดหวังมากที่สุด	4.21 - 5.00	พึงพอใจมากที่สุด
3.41 - 4.20	คาดหวังมาก	3.41 - 4.20	พึงพอใจมาก
2.61 - 3.40	คาดหวังปานกลาง	2.61 - 3.40	พึงพอใจปานกลาง
1.81 - 2.60	คาดหวังน้อย	1.81 - 2.60	พึงพอใจน้อย
1.00 - 1.80	คาดหวังน้อยที่สุด	1.00 - 1.80	พึงพอใจน้อยที่สุด

§§§§§§§§§§§§§§

บทที่ 5 ผลการวิจัย

ในบทนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์ออกเป็น 2 ส่วนคือ ผลการวิจัยเชิงปริมาณ และผลการวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

5.1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research findings)

ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการศึกษาออกเป็น 7 ประเด็นหลักคือ

- ส่วนที่ 1: เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 2: เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3: เกี่ยวกับการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 4: เกี่ยวกับแรงจูงใจมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5: เกี่ยวกับพฤติกรรมมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 6 : เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดการโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 7: เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆของนักท่องเที่ยว

ดังนั้น ผลการศึกษา 7 ประเด็นหลัก สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว(ดูตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม (ร้อยละ)

	ลักษณะ	นักท่องเที่ยว(n=400)
เพศ	:ชาย	124(31.0)
	หญิง	276(69.0)
	รวม	400
อายุ	15 – 24 ปี	221(55.3)
	25 – 34 ปี	71(17.8)
	35 – 44 ปี	36(9.0)
	45 – 55 ปี	44(11.0)
	55 ปีขึ้นไป	28(7.0)
	รวม	400

สถานภาพสมรส	: โสด	284(71.0)
	สมรส	96(24.0)
	หย่าร้าง/แยกกันอยู่	7(1.8)
	หม้าย	13(3.3)
	รวม	400
ระดับการศึกษา	: ต่ำกว่าประถมศึกษา/ประถมศึกษา	13(3.3)
	มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	69(17.3)
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	12(3.0)
	ปริญญาตรี	266(66.8)
	สูงกว่าปริญญาตรี	38(9.5)
	ไม่ตอบ (จำนวน)	(2)
รวม	398	
อาชีพ	: นักเรียน/นักศึกษา	210(52.5)
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	60(15.0)
	พนักงานบริษัท	54(13.5)
	ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย	41(10.3)
	แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	17(4.3)
	อื่นๆ	18(4.5)
รวม	400	
รายได้ต่อเดือน	: ไม่เกิน 10,000 บาท	239(60.7)
	10,001 – 20,000 บาท	62(15.7)
	20,001 – 30,000 บาท	52(13.2)
	30,001 – 40,000 บาท	25(6.3)
	มากกว่า 40,000 บาท	16(4.1)
	ไม่ตอบ (จำนวน)	(6)
รวม	394	
ภูมิลำเนา	: ภาคกลาง	179(45.0)
	ภาคเหนือ	74(18.6)
	ภาคใต้	121(30.4)
	ภาคตะวันออก	5(1.3)
	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	19(4.8)
	ไม่ตอบ (จำนวน)	(2)
รวม	398	

ในส่วนนี้ผลการศึกษพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นชาย 124 คน (31%), เป็นหญิง 276 คน (69%) สามารถสรุปได้ว่า: จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากสูงมาต่ำคือ ผู้มีอายุ 15-24 ปี มีจำนวน 221 คน (55.3%), ผู้มีอายุ 25-34 ปี มีจำนวน 71 คน (17.8.3%) และ ผู้มีอายุ 45-55 ปี มีจำนวน 44 คน (11%); ส่วนด้านสถานภาพสมรส ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากสูงมาต่ำคือ ผู้มีสถานภาพโสด มีจำนวน 284 คน (71%), ผู้มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 96 คน (24%), และผู้มีสถานภาพม่าย มีจำนวน 13 คน (3.3%); ส่วนด้านระดับการศึกษา ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากสูงมาต่ำคือ ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 266 คน (66.8%), ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช มีจำนวน 69 คน (17.3%) และระดับสูงกว่าปริญญาตรี 38 คน (9.5%); ส่วนด้านอาชีพ ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากสูงมาต่ำคือ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 210 คน (52.5%) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 60 คน (15%) และพนักงานบริษัท มีจำนวน 54 คน (13.5%); ส่วนด้านรายได้ ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากสูงมาต่ำคือ ผู้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวน 239 คน (60.7%), ผู้มีรายได้ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 62 คน (15.7%), ผู้มีรายได้ ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 52 คน (13.2%); ส่วนด้านภูมิลำเนา ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากสูงมาต่ำคือ ภาคกลาง มีจำนวน 179 คน (45.%), ภาคใต้ มีจำนวน 121 คน (30.4.%), และ ภาคเหนือ มีจำนวน 74 คน (18.6%)

ส่วนที่ 2: เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (ดูตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)

นักท่องเที่ยว (n=400)	
1.การพักโฮมสเตย์จำเป็นต้องอยู่บ้านเดียวกับเจ้าของบ้าน ใช่หรือไม่	
ใช่	303(76.9)
ไม่ใช่	91(23.1)
ไม่แน่ใจ (จำนวน)	(6)
รวม	394(100.0)

2.การพักโฮมสเตย์ทำให้ได้เรียนรู้วิถีชุมชน ใช่หรือไม่

ใช่	372(94.4)
ไม่ใช่	22(5.6)
ไม่แน่ใจ (จำนวน)	(6)
รวม	394(100.0)

3.การพักโฮมสเตย์ก็คล้ายกับพักโรงแรมหรือบังกะโล ใช่หรือไม่

ใช่	118(29.9)
ไม่ใช่	276(70.1)
ไม่แน่ใจ (จำนวน)	(6)
รวม	394(100.0)

4.การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ใช่หรือไม่

ใช่	358(90.9)
ไม่ใช่	36(9.1)
ไม่แน่ใจ (จำนวน)	(6)
รวม	394(100.0)

5.การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ทำให้ได้เรียนรู้จากกันและกันกับเจ้าของบ้าน ใช่หรือไม่

ใช่	363(92.4)
ไม่ใช่	30(7.6)
ไม่แน่ใจ (จำนวน)	(7)
รวม	393(100.0)

6.การไปโฮมสเตย์ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ใช่หรือไม่

ใช่	352(89.3)
ไม่ใช่	42(10.7)
ไม่แน่ใจ (จำนวน)	(6)
รวม	394(100.0)

7.โฮมสเตย์ทำให้นักท่องเที่ยวเป็นเสมือนสมาชิกของบ้าน ใช่หรือไม่

ใช่	355(90.1)
ไม่ใช่	39(9.9)
ไม่แน่ใจ (จำนวน)	(6)
รวม	394(100.0)

ในส่วนนี้แบ่งออกเป็น 7 ข้อย่อย ผลจากผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นชาย 124 คน (31%), เป็นหญิง 276 คน (69%) สามารถสรุปได้ว่า:

- ข้อ 1. การพักโฮมสเตย์ต้องพักร่วมกับบ้านเดียวกับเจ้าบ้าน *ใช่หรือไม่*? ผู้วิจัยพบว่า 303 คน (76.9%) ตอบว่าใช่, 91 คน (23.1%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แน่ใจ
- ข้อ 2. การพักโฮมสเตย์ทำให้ได้เรียนรู้วิถีชุมชน *ใช่หรือไม่*? ผู้วิจัยพบว่า 372 คน (94.4%) ตอบว่าใช่, 22 คน (5.6%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แน่ใจ
- ข้อ 3. การพักโฮมสเตย์ก็คล้ายกับพักโรงแรมหรือบังกะโล *ใช่หรือไม่*? ผู้วิจัยพบว่า 118 คน (29.9%) ตอบว่าใช่, 276 คน (70.1%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แน่ใจ
- ข้อ 4. การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ *ใช่หรือไม่*? ผู้วิจัยพบว่า 358 คน (90.9%) ตอบว่าใช่, 36 คน (9.1%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แน่ใจ
- ข้อ 5. การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ทำให้ได้เรียนรู้จากกันและกันกับเจ้าของบ้าน *ใช่หรือไม่*? ผู้วิจัยพบว่า 363 คน (92.4%) ตอบว่าใช่, 30 คน (7.6%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 7 คน ไม่แน่ใจ
- ข้อ 6. การไปโฮมสเตย์ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม *ใช่หรือไม่*? ผู้วิจัยพบว่า 352 คน (89.3%) ตอบว่าใช่, 42 คน (10.7%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แน่ใจ
- ข้อ 7. โฮมสเตย์ทำให้นักท่องเที่ยวเป็นเสมือนสมาชิกของบ้าน *ใช่หรือไม่*? ผู้วิจัยพบว่า 355 คน (90.1%) ตอบว่าใช่, 39 คน (9.9%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 3: การรับรู้เกี่ยวกับโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (ดูตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 การรับรู้เกี่ยวกับโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)

นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว (n=400)	
1. ท่านทราบเกี่ยวกับโฮมสเตย์บ้านทรงไทยจากที่ใด	
หนังสือพิมพ์	18(4.5)
นิตยสาร	88(22.0)
วิทยุ	13(3.3)
โทรทัศน์	188(47.4)
การบอกปากต่อปากที่มหาวิทยาลัย	12(3.0)
อาจารย์แนะนำ	9(2.3)
เพื่อนแนะนำ	39(9.8)
อินเทอร์เน็ต	30(7.6)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(3)
รวม	400(100.0)

2. ท่านทราบเกี่ยวกับโฮมสเตย์ต่างๆไปจากที่ใด

หนังสือพิมพ์	16(4.0)
นิตยสาร	103(25.8)
วิทยุ	14(3.5)
โทรทัศน์	190(47.5)
การบอกปากต่อปากที่มหาวิทยาลัย	25(6.3)
อาจารย์แนะนำ	2(0.5)
เพื่อนแนะนำ	14(3.5)
อินเทอร์เน็ต	39(9.0)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในเรื่องโฮมสเตย์นั้น สรุปได้ดังนี้:

ข้อ 1. ท่านทราบเกี่ยวกับโฮมสเตย์บ้านทรงไทยจากที่ใด ผู้วิจัยพบว่า แหล่งข้อมูล 3 แห่งที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบ้านทรงไทยโฮมสเตย์เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ 188 คน (47.7%) ทราบจากโทรทัศน์, 88 คน (22.0%) ทราบจากนิตยสาร และ 39 คน (9.0%) ทราบจากเพื่อนแนะนำ

ข้อ 2. ท่านทราบเกี่ยวกับโฮมสเตย์ต่างๆไปจากที่ใด ผู้วิจัยพบว่า แหล่งข้อมูล 3 แห่งที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์ต่างๆไปเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ 190 คน (47.5%) ทราบจากโทรทัศน์, 103 คน (25.8%) ทราบจากนิตยสาร และ 39 คน (9.8%) ทราบจากเพื่อนแนะนำ

ส่วนที่ 4: แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์บ้านทรงไทยของนักท่องเที่ยว (ดูตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)

นักท่องเที่ยว (n=400)	
สาเหตุที่ทำให้อยากมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยมากที่สุด	
ต้องการประหยัดค่าที่พัก	88(22.0)
อยากรู้ว่าโฮมสเตย์เป็นอย่างไร	206(51.5)
ต้องการพักในบ้านทรงไทย	50(12.5)
อยากซึ่งๆ ได้ต้นลำพูจากภาพยนตร์เรื่อง “คู่กรรม”	28(7.0)
ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติ	20(5.0)
ต้องการดูหิ่งห้อย	4(1.0)
ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม	4(1.0)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)

อิทธิพลต่อการตัดสินใจมาโฮมสเตย์มากที่สุด

เพื่อนและญาติพี่น้อง	168(42.0)
หนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ	47(11.8)
ทีวี	46(11.5)
คำพูดปากต่อปาก	116(29.0)
อยากลองอยากรู้อยากเห็น	8(2.0)
อยากเที่ยว	2(0.5)
ชอบความเป็นส่วนตัว	3(0.8)
ทัศนศึกษา	10(2.5)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)

สิ่งที่คาดหวังที่สุดจากการมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่นี่

ได้สัมผัสชีวิตแบบชนบท	180(45.0)
ได้ชิมหิงห้อย	61(15.3)
ได้ศึกษาวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น	95(23.8)
ได้สัมผัสธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อมที่สะอาด	61(15.3)
พักผ่อน	3(0.8)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)

สิ่งที่ท่านได้มากที่สุดจากการมาโฮมสเตย์ครั้งนี้

ได้สัมผัสชีวิตแบบชนบท	162(40.5)
ได้ชิมหิงห้อย	64(16.0)
ได้ศึกษาวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น	123(30.8)
ได้สัมผัสธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อมที่สะอาด	46(11.5)
พักผ่อน	5(1.3)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)

หากที่พักที่นี่ไม่เป็นบ้านทรงไทยท่านจะมาโฮมสเตย์หรือไม่

มา	328(81.3)
ไม่มา	75(18.8)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)

หากที่นี่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกจะมาโฮมสเตย์หรือไม่

มา	282(70.7)
ไม่มา	117(29.3)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(1)
รวม	399(100.0)

ท่านจะมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่นี่ในอนาคตหรือไม่

มา	388(97.2)
ไม่มา	11(2.8)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(1)
รวม	399(100.0)

ผลการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนนั้น สรุปได้ดังนี้:

ข้อ1. สาเหตุที่ทำให้อยากมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยมากที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน แรงจูงใจสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อยากรู้ว่าโฮมสเตย์เป็นอย่างไร 206 คน (51.5%); ต้องการประหยัดค่าที่พัก 88 คน (22.0%); ต้องการพักในบ้านทรงไทย 50 คน (12.5%)

ข้อ2. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาโฮมสเตย์มากที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผู้ที่มีอิทธิพลสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เพื่อนและญาติพี่น้อง 168 คน (42.0%); คำพูดปากต่อปาก 116 คน (29.0%); สื่อโทรทัศน์ 15 คน (1%)

ข้อ3. สิ่งที่คาดหวังมากที่สุดใน การมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์ที่นี่

ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ได้สัมผัสชีวิตแบบชนบท 180 คน (45.5%); ได้ศึกษาวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น 95 คน (23.8%); ได้ชมสิ่งห้อยและสัมผัสธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อมที่สะอาด 61 คน (15.3%)

ข้อ4. ประโยชน์ที่ท่านได้รับมากที่สุดจากการมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยฯ

ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวได้รับมากที่สุดสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ได้สัมผัสชีวิตแบบชนบท 162 คน (45%); ได้ศึกษาวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น 123 คน (30.8%); ได้ชมสิ่งห้อย 64 คน (16.0%).

ข้อ 5. หากที่พักที่นี่ไม่เป็นบ้านทรงไทย ท่านจะมาโฮมสเตย์หรือไม่

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มา 328 คน (81.3 %); ไม่มา 75 คน (18.8 %).

ข้อ 6. หากที่นี่ไม่มีสิ่งห้อย ท่านจะมาโฮมสเตย์หรือไม่

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มา 282 คน (70.7 %); ไม่มา 75 คน (18.8 %).

ข้อ 7. ท่านจะมาโฮมสเตย์ที่นี่ในอนาคตอีกหรือไม่

ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มา 389 คน (97.2 %); ไม่มา 11 คน (2.8 %).

ส่วนที่ 5: พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (ดูตารางที่ 7)

ข้อ 1. ท่านเคยท่องเที่ยวในลักษณะโฮมสเตย์หรือไม่?

ตารางที่ 7 พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (ร้อยละ)

นักท่องเที่ยว (n=400)	
1.ท่านเคยมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มาก่อนหรือไม่	
เคย	91(22.8)
ไม่เคย	309(77.3)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)
2.ท่านเคยมาโฮมสเตย์ปลายโพงพางกี่ครั้ง	
ครั้งนี้เป็นครั้งแรก	341(85.3)
2 ครั้ง	52(13.0)
3 ครั้ง	5(1.3)
มากกว่า 3 ครั้ง	2(0.5)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)
3.ท่านมาโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางกับใคร	
มาคนเดียว	36(9.0)
เพื่อน/ญาติ	290(72.5)
ครอบครัว	50(12.5)
บริษัททัวร์	24(6.0)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)

4. ท่านเดินทางมาโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางโดย

รถยนต์ส่วนตัว	118(29.5)
รถโดยสารประจำทาง	30(7.5)
รถเช่า	149(37.3)
รถโค้ชปรับอากาศ	103(25.8)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)

5. วัตถุประสงค์ที่ท่านมาโฮมสเตย์บ้านทรงไทยคือ

สัมมนา	71(17.8)
ทัศนศึกษา	174(43.5)
พักผ่อนหย่อนใจ	151(37.8)
ทำธุรกิจ	3(0.8)
อื่นๆ	1(0.3)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)

6. กิจกรรมที่ท่านชอบมากที่สุดในการมาพักโฮมสเตย์บ้านทรงไทยคือ

การนั่งเรือชมหิ่งห้อย	252(63.0)
การนั่งเรือชมสวนผลไม้	34(8.5)
การนั่งเรือเที่ยววัดวาอาราม	52(13.0)
การใส่บาตรพระที่พายเรือมาบิณฑบาต	55(13.8)
การเที่ยวตลาดน้ำ	6(1.5)
การสร้างมิตรภาพกับเจ้าของบ้าน	1(0.3)
ไม่ตอบ (จำนวน)	(0)
รวม	400(100.0)

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม 400 คน ผลการวิจัยพบว่า เคย 91 คน (22.8 %); ไม่เคย 309 คน (77.3 %).

ข้อ 2. ท่านเคยมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางกี่ครั้งแล้ว?

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม 400 คน ผลวิจัยพบว่า มาเป็นครั้งแรก 341 คน (85.3 %); มาเป็นครั้งที่สอง 52 คน (13.0 %); มาเป็นครั้งที่สาม 5 คน (1.3 %); มาเกิน 3 ครั้ง 2 คน (0.5 %).

ข้อ 3. ครั้นนี้ท่านมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางกับใคร?

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม 400 คน ผลวิจัยพบว่า มาคนเดียว 36 คน (9.0 %); มากับเพื่อน/ญาติ 290 คน (72.5 %); มากับครอบครัว 50 คน (12.5 %); มากับบริษัททัวร์ 24 คน (6.0 %).

ข้อ 4. ท่านมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางด้วยวิธีใด?

ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มาโดยรถส่วนตัว 118 คน (29.5 %); มาโดยรถโดยสารประจำทาง 30 คน (7.5 %); มาโดยรถเช่า 149 คน (37.3 %); มาโดยรถโค้ชปรับอากาศ 103 คน (25.8 %).

ข้อ 5. วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางคืออะไร?

ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์หลัก 3 ประการเรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่ มาเพื่อทัศนศึกษา 174 คน (43.5 %); มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ 151 คน (37.8 %); มาเพื่อสัมมนา 71 คน (17.8 %).

ข้อ 6. กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดในการมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางคืออะไร?

ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมหลัก 3 ประการเรียงตามลำดับความชอบได้แก่ การนั่งเรือชมหิ่งห้อย 252 คน (63 %); การใส่บาตรพระที่พายเรือมาบิณฑบาต 55 คน (13.8 %); การนั่งเรือเที่ยววัดวาอาราม 52 คน (13.0 %).

**ส่วนที่ 6: ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์ฯ (ดูตารางที่ 8 ประกอบ)
ตารางที่ 8 ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทย (ร้อยละ)**

ข้อคำถาม	range	\bar{x}	SD
1) ด้านบ้านพักและการให้บริการ			
1. บ้านพักน่าอยู่และมีบรรยากาศดี	2 – 5	4.14	.73
2. ห้องน้ำห้องส้วมสะอาดถูกสุขลักษณะ	1 – 5	3.93	.78
3. อาหารพื้นบ้านมีรสชาติอร่อย	1 – 5	4.06	.83
4. โปรแกรมนำเที่ยวที่น่าสนใจ	1 – 5	3.96	.81
5. ทัศนียภาพของเจ้าของบ้านเป็นกันเอง	1 – 5	4.24	.73
6. สินค้าของที่ระลึกมีราคาเหมาะสม	1 – 5	3.76	.84
7. ไกด์นำชมแหล่งท่องเที่ยวได้ดี	1 – 5	3.70	.83
2) ด้านราคาบ้านพักและค่าบริการ			
8. ที่พัก – อาหารมีราคาเหมาะสม	1 – 5	3.79	.73
9. ผลไม้/ของที่ระลึกมีราคาสมเหตุสมผล	1 – 5	3.73	.71

10. รายการนำเที่ยวมีราคาเหมาะสม	1 – 5	3.74	.73
11. ค่าบริการเรือนำเที่ยวสมเหตุสมผล	1 – 5	3.76	.73
3) ด้านการติดต่อของโฮมสเตย์			
12. การจองทางโทรศัพท์	1 – 5	3.90	.69
13. การจองทางแฟกซ์	1 – 5	3.79	.71
4) ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์			
14. บ้านทรงไทยได้เข้าร่วมนิทรรศการท่องเที่ยวเสมอๆ	1 – 5	3.72	.80
15. บ้านทรงไทยได้ประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์/นิตยสาร/ วิทยุ/ทีวี เสมอ	1 – 5	3.67	.83
16. บ้านทรงไทยได้ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์เสมอ	1 – 5	3.74	.77

ผู้วิจัยได้สอบถามความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยใน 4 ด้านหลักๆคือ 1. ด้านบ้านพักและการให้บริการ 2. ด้านราคาบ้านพักและค่าบริการ 3. ด้านการติดต่อของโฮมสเตย์ และ 4. ด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยของแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

ข้อที่1. ด้านบ้านพักและการให้บริการ

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีความพึงพอใจต่ออรรถาศัยไม่ตรีเจ้าของบ้านในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.24$) และมีความพึงพอใจในระดับมากในหัวข้อต่างๆดังนี้: บ้านพักน่าอยู่และมีบรรยากาศดี ($\bar{X} = 4.14$); ห้องน้ำห้องส้วมสะอาดถูกสุขลักษณะ ($\bar{X} = 3.93$); อาหารพื้นบ้านมีรสชาติอร่อย ($\bar{X} = 4.06$); โปรแกรมนำเที่ยวน่าสนใจ ($\bar{X} = 3.96$); สินค้าของที่ระลึกมีราคาเหมาะสม ($\bar{X} = 3.76$); ไกด์นำชมแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้ดี ($\bar{X} = 3.73$).

ข้อที่2. ด้านราคาบ้านพักและค่าบริการ

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีความพึงพอใจต่อราคาบ้านพักและค่าบริการ ในระดับมากในหัวข้อต่างๆดังนี้: ที่พัก – อาหารมีราคาเหมาะสม ($\bar{X} = 3.79$); ผลไม้ของที่ระลึกมีราคาสมเหตุสมผล ($\bar{X} = 3.73$); รายการนำเที่ยวมีราคาคุ้มค่าเหมาะสม ($\bar{X} = 3.74$); ค่าบริการเรือนำเที่ยวสมเหตุสมผล ($\bar{X} = 3.76$).

ข้อที่3. ด้านการติดต่อของโฮมสเตย์

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีความพึงพอใจต่อการติดต่อของโฮมสเตย์ ในระดับมากในหัวข้อต่างๆดังนี้: การจองทางโทรศัพท์ ($\bar{X} = 3.90$); การจองทางแฟกซ์ ($\bar{X} = 3.79$).

ข้อที่ 4. ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีความพึงพอใจต่อ**ราคาบ้านพักและค่าบริการ** ในระดับมากในหัวข้อต่างๆดังนี้: บ้านทรงไทยได้เข้าร่วมนิทรรศการท่องเที่ยวเสมอๆ ($\bar{X} = 3.72$); บ้านทรงไทยได้ประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์ที่วิฯ/นิตยสาร/วิทยุ/เสมอ ($\bar{X} = 3.67$); บ้านทรงไทยได้ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์เสมอๆ ($\bar{X} = 3.74$); ค่าบริการเรื่อนำเที่ยวมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 3.76$) .

ส่วนที่ 7: เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ (Open-ended questions)

ผลการวิจัยพบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีนักท่องเที่ยวจำนวน 71 คน (17.75%) ที่ได้แสดงความคิดเห็นและได้เสนอแนะ **ประเด็นหลักๆ 3 ประเด็น**ดังนี้: 1.) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรปรับปรุง 2.) รายการจัดนำเที่ยวที่ควรปรับปรุง 3.) สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยแยกออกเป็นประเด็นต่างๆดังต่อไปนี้:

1.) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรปรับปรุง:

- “อยากให้มีแอร์ในห้องนอนคะ” (4 ราย)
- “ห้องน้ำไม่ค่อยสะอาดเท่าไร” (3 ราย)
- “อยากได้ส้วมแบบชักโครกคะ อายุเยอะแล้ว” (3 ราย)
- “ที่นอน ผ้าปูเก๋ๆ อยากได้ของใหม่คะ” (2 ราย)
- “ถ้ามีฝักบัวและอ่างอาบน้ำจะดีมากครับ” (8 ราย)
- “บ้านที่ผมพักไม่มีน้ำอุ่น น้ำเย็นมากๆเลย” (3 ราย)

2.) รายการจัดนำเที่ยวที่ควรปรับปรุง:

- “อยากให้มีการอธิบายสถานที่ท่องเที่ยวละเอียดๆหน่อย” (2 ราย)
- “ไกด์ไม่ค่อยรักษาเวลา” (5 ราย)
- “มีเวลาดูหิ่งห้อยน้อยไปหน่อยคะ” (7 ราย)
- “ทำไมไม่เพิ่มเส้นทางจักรยานท่องเที่ยวบ้าง” (4 ราย)

3.) สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม:

- “นักท่องเที่ยวเยอะมาก แต่ก่อนไม่เป็นแบบนี้ อีกทั้งทิวทัศน์ก็ดีกว่าเดิม” (10 ราย)
- “แม่น้ำลำคลองเริ่มสกปรกแล้ว ไม่ค่อยเห็นกุ้งหอยปูปลา” (3 ราย)

“มีขยะ ขวดน้ำ ถุงพลาสติกกลอยตามคลองที่น้ำเรือผ่าน ไม่ดีเลยคะ” (6 ราย)

“อากาศไม่สะอาด มีควันจากเรือบริการเหม็นมาก” (8 ราย)

“รู้สึกว่ามีขยะมาก ทำไมไม่มีการเอาขยะไปทิ้งหรือกำจัดขยะบ้าง” (3 ราย)

5.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research findings)

ผู้วิจัยได้กำหนดข้อความออกเป็น 5 ประเด็นหลักๆ ประกอบด้วย:

ประเด็นที่ 1. เหตุผลของการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพง

ประเด็นที่ 2. ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการให้บริการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพง

ประเด็นที่ 3. ผลกระทบจากการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพง

ประเด็นที่ 4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพง

ประเด็นที่ 5. อนาคตการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพง

ทั้ง 5 ประเด็นข้างต้นครอบคลุมหัวข้อย่อยๆซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้:

ประเด็นที่ 1. เหตุผลของการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพง:

1.1 อยากลองดู

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 คนที่ได้อ่านสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า มีอยู่ 9 คน (47.37%) ที่บอกในทำนองที่ว่า...“ก็คิดว่ามันคงไม่เสียหายอะไร ลองดู ถ้าไม่ดีก็ค่อยเลิก...” “เขาว่าทำอย่างนี้ก็ไม่น่าจะเป็นไรไป”

1.2 เกรงใจกำนัน

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 คนที่ได้อ่านสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า มีอยู่ 15 คน (78.95%) ที่บอกในทำนองที่ว่า...“พ่อกำนันมาชวนให้เข้าโครงการนี้ ถ้าไม่เข้าก็เกรงใจ...” “กำนันแกเป็นคนดี มาขอให้เข้าร่วมทำโฮมสเตย์ ก็เลย...เอาก็เอา...”

1.3 อยากมีอะไรทำแก้เหงา

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 คนที่ได้อ่านสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า มีอยู่ 7 คน (36.84%) ที่บอกในทำนองที่ว่า...“ตากับยายก็อยู่กัน 2 คนกับหลาน 1 คน หลานไปเรียนก็รู้สึกเหงาๆ เลยคิดว่าทำอย่างนี้จะให้มีเพื่อนมาคุยให้หายเหงานะ...” “ลูกหลานก็ไป

ทำงานในกรุงเทพฯ อยู่กรุงเทพฯกันหมด นานๆมาเยี่ยม ถ้ามีคนมาพัก มาคุยก็คงจะไม่เหงาเท่าไร...”

1.4 ออยากมีรายได้เสริม

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ามีอยู่ 19 ครั้วเรือน (100%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “คิดว่าจะทำให้ลูกกับป้ามีรายได้พอเป็นค่ากับข้าวเล็กๆน้อยๆ ก็ดีเหมือนกัน...” “อยากทำเพราะคิดว่าคงมีเงินมาช่วยให้ความเป็นอยู่ดีขึ้นกว่าแต่ก่อน ได้นิดได้หน่อยก็ยังดีกว่าไม่มีเสียเลย...”

1.5 ออยากใช้บ้านให้เกิดประโยชน์

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ามีอยู่ 13 ครั้วเรือน (68.42%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “นี่ลูกชั้นก็ออกเรือนไปหมดแล้ว ห้องก็ว่าง 2-3 ห้องปล่อยให้ว่างไว้ก็ไม่เกิดประโยชน์อะไร มีคนมาพักก็ทำให้ห้องได้ใช้ประโยชน์นะ” “เห็นว่าห้องที่ลูกๆเคยอยู่ก็จะได้อามาทำประโยชน์เกิดรายได้ เพราะปล่อยให้ว่างไว้ก็จะรกๆ”

ประเด็นที่ 2. ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการให้บริการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลาย

โพงพาง:

2.1 เงินทุนไม่พอ

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ามีอยู่ 15 ครั้วเรือน (78.94%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “ลุงต้องไปเยี่ยม ไปกู้เงินมาหลายหมื่นบาทมาขยายห้องให้รับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น...” “มันจำเป็นนะหลาน เงินที่มีไม่พอค่าใช้จ่ายเรื่องทำห้องน้ำ ห้องส้วมใหม่ อีกทั้งที่นอน ผ้าห่ม หมอนมุ้ง...”

2.2 รายได้ไม่แน่นอน

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ามีอยู่ 19 ครั้วเรือน (100%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “บางเดือนไม่ได้นักท่องเที่ยวเลยแม้แต่คนเดียว ยิ่งหน้าฝนด้วย รายได้ก็ไม่แน่นอน...” “กลุ่มใจหลายเดือนมานี้ มีมาพักเดือนละ 2-3 คน ไม่เหมือนปีก่อนๆ นักท่องเที่ยวมาพักทุกอาทิตย์ อย่างน้อยอาทิตย์ละ 6-10 คน...เฮ้อ...”

2.3 นักท่องเที่ยวเรียกร้องมากเกินไป

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ามีอยู่ 8 ครั้วเรือน (42.11%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “บางคนก็ อยู่สบายกินง่าย หลายคนถามว่าทำไมไม่มีอ้ายเครื่องทำน้ำอุ่น เขาอยากได้...” “นี่ชั้นต้องติดแอร์ เพิ่มเครื่องทำน้ำอุ่น ทำห้อง

อาบนํ้าใหม่ เค้าไม่ชอบใช้ขันตักอาบ...ถ้าอยากได้นอนนี้นั้นมากเกินกำลัง ก็คงไม่ไหว เหมือนกันจะ...”

ประเด็นที่ 3. ผลกระทบจากการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง:

3.1 มีรายได้เพิ่ม

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า มีอยู่ 19 ครั้วเรือน (100%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “จำ...มีรายได้เพิ่ม บางเดือนได้เป็นหมื่น แต่นี้หลายเดือนแล้วที่ได้มั่งไม่ได้มั่ง...” “ก็จริงอยู่ที่ว่าเป็นอะไรที่ได้เป็นเงินเพิ่มมา แล้วก็ไอ้ที่ลงทุนไปก็ ได้เป็นเงินมาไม่ค่อยเท่าไรหรอก ถึงมันจะเป็นรายรับที่แต่ก่อนไม่เคยได้ แต่ว่า มันก็ยังไม่คุ้มทุนที่ลงไปหลายๆหมื่นบาทเลย...”

3.2 มีเพื่อนใหม่ๆ

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า มีอยู่ 19 ครั้วเรือน (100%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “ก็ได้อู้จักคน มีเพื่อนใหม่ๆมากขึ้น...” “นักท่องเที่ยวหลายคนกลับบ้านเมืองเขาไปแล้ว ก็ยังส่งไปสการ์ดมาให้ป่าอยู่เลย...”

3.3 เป็นหนี้จากการกู้ยืมเงินมาปรับปรุงบ้าน

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า มีอยู่ 15 ครั้วเรือน (78.94%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “ตอนนี้ถึงจะได้เงินจากนักท่องเที่ยว ก็ยังต้องส่งหนี้ส่งดอกเบี้ยย เงินต้นให้ธนาคาร คงอีกนาน...” “ก็อยากให้คนมาพักสะดวกสบายเลย ต้องยอมตากหน้าไปยืมเงินคนรู้จักมาปรับปรุงห้องหับใหม่...”

ประเด็นที่ 4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง:

4.1 อยากให้กระจายนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า มีอยู่ 11 ครั้วเรือน (57.89%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “อ้อ...อยากให้ส่งนักท่องเที่ยวมาบ่อยๆ.....” “บางบ้านที่ใกล้ชิดกับกำนันก็จะได้นักท่องเที่ยวมาก ฉะนั้นเองก็ไม่ได้ว่านะ...เค้าคงให้บริการได้ดีกว่าฉันละมัง บ้านเค้ามีหลายห้อง...”

4.2 อยากได้แหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยยต่ำ

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า มีอยู่ 18 ครั้วเรือน (94.74%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “ขั้นก็อยากให้มีที่สำหรับกู้เงินที่เป็นแบบดอกถูก เพื่อจำเป็นจะได้พึ่งพาได้มั่ง.....” “อันที่จริงถ้าไม่จำเป็นก็ไม่อยากกู้ใคร ถ้ารัฐบาลเข้ามาช่วยตรงนี้มั่ง พวกเราก็คงไม่ต้องไปเสียดอกแพงๆอีก...”

4.3 อยากให้บริษัททัวร์นำทัวร์มาลงเพิ่มขึ้น

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ามีอยู่ 15 ครั้วเรือน (78.95%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “อีกอย่างหนึ่งก็คืออยากได้นักท่องเที่ยวเยอะๆ สม่่าเสมอหน่อย ถ้ามากับบริษัททัวร์นี่จะดีมาก.....” “ที่จริงก็ได้นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็กๆ ใจจริงคืออยากให้มีมากขึ้นที่ละเยอะๆกับบริษัทนำเที่ยวอะไรนี้แหละ พวกชั้นก็จะสบายขึ้น...”

ประเด็นที่ 5. อนาคตอยากเห็นการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางเป็นอย่างไร:

5.1 อยากให้มีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายมากขึ้น

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ามีอยู่ 14 ครั้วเรือน (73.68%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “ตอนนี้ถ้าพวกเราก็เริ่มมีโฮมสเตย์เยอะขึ้น แทนที่จะแย่งกันเองก็มาช่วยกัน มารวมกันจะดีกว่า.....” “ถ้ามารวมกลุ่มกัน เวลามีนักท่องเที่ยวมากรับไม่ไหว ก็ช่วยกันส่งต่อไปให้บ้านที่ยังไม่มีนักท่องเที่ยว แบบนี้ก็เป็นการพึ่งพากันได้ จริงไม้ ที่เขาที่เรา...”

5.2 อยากให้มีการสรุปประสบการณ์เพื่อแก้จุดอ่อน

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ามีอยู่ 18 ครั้วเรือน (94.74%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “ต่อไปยังมองไม่ออกว่าอนาคตโฮมสเตย์จะอยู่ได้นานแค่ไหน ก็อยากให้มีมาช่วยกันคิด ปรับปรุงจุดอ่อนจุดแข็งในเรื่องต่างๆ แล้วแต่นักท่องเที่ยวเค้าอยากได้อะไร เราจะให้ได้แค่ไหน...” “ที่ผ่านมาก็ทำไปตามยถากรรม ผิดมั่ง ถูกมั่ง นักท่องเที่ยวก็ไม่ว่า แต่บางคนก็บอกเหมือนกันว่าอยากให้บริการอะไร ก็หามาให้เค้าเท่าที่จะทำได้ มันต้องปรับปรุงนะ เผื่อว่าจะดีขึ้นเรื่อยๆ...”

5.3 อยากให้สามัคคี ช่วยกัน เสียสละมากขึ้นกว่านี้

จากกลุ่มตัวอย่าง 19 ครั้วเรือนที่ได้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ามีอยู่ 7 ครั้วเรือน (36.84%) ที่บอกในทำนองที่ว่า... “รู้สึกว่ามีบางทีก็ไม่ค่อยให้ความร่วมมือกันซักเท่าไร ถ้ารับลูกค้ามาเองโดยไม่ผ่านท่านก้านนั้นก็ไม่ได้สินะ บ้าว่า...” “บางที่บางคนเห็นเงินแล้วตาโต อยากได้คนมาพักมากๆ น่าว่าควรเห็นแก่บ้านที่ไม่ค่อยได้นักท่องเที่ยว เสียสละแบ่งปันให้ทุกๆครอบครัวมีรายได้เหมือนกันจะดีมาก ยายว่าบางที่เงินก็ไม่เข้าใครออกใคร....”

§§§§§§§§§§§§§§§§

บทที่ 6

การอภิปรายผลวิจัย สรุป และเสนอแนะ

ในบทนี้ ผู้วิจัยได้นำผลวิเคราะห์การวิจัย ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพมาอภิปรายในแต่ละ ประเด็น จากนั้นจึงสรุปผลการอภิปรายแล้ว นำเสนอข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับงานวิจัยครั้งนี้

6.1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research findings)

ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการศึกษาคือออกเป็น 7 ประเด็นหลักคือ:

- ส่วนที่ 1: เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 2: เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ส่วนที่ 3: เกี่ยวกับการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ส่วนที่ 4: เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ส่วนที่ 5: เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ส่วนที่ 6: เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์
- ส่วนที่ 7: เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆของนักท่องเที่ยว

6.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research findings)

ผู้วิจัยได้กำหนดข้อคำถามออกเป็น 5 ประเด็นหลักๆ ประกอบด้วย:

- ประเด็นที่ 1. เหตุผลของการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์บ้านทรงไทย
- ประเด็นที่ 2. ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการให้บริการโฮมสเตย์บ้านทรงไทย
- ประเด็นที่ 3. ผลกระทบจากการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์บ้านทรงไทย
- ประเด็นที่ 4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทย
- ประเด็นที่ 5. อนาคตการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทย

ส่วนที่ 1: เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ดูตารางที่ 3 ประกอบในภาคผนวก)

ผลการวิเคราะห์:

ในส่วนนี้ ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นชาย 124 คน (31%), เป็นหญิง 276 คน (69%) สามารถสรุปได้ว่า: จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากจำนวนมากมาหาน้อยคือ ผู้มีอายุ 15-24 ปี มีจำนวน 221 คน (55.3%), ผู้มีอายุ 25-34 ปี มีจำนวน 71 คน (17.8.3%) และ ผู้มีอายุ 45-55 ปี มีจำนวน 44 คน (11%); ส่วนด้านสถานภาพสมรส ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากจำนวนมากมาหาน้อยคือ ผู้มีสถานภาพโสด มีจำนวน 284 คน (71%), ผู้มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 96 คน (24%), และผู้ที่มีสถานภาพม่าย มีจำนวน 13 คน (3.3%); ส่วนด้านระดับการศึกษา ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากจำนวนมากมาหาน้อยคือ ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 266 คน (66.8%), ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช มีจำนวน 69 คน (17.3%) และระดับสูงกว่าปริญญาตรี 38 คน (9.5%); ส่วนด้านอาชีพ ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากจำนวนมากมาหาน้อยคือ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 210 คน (52.5%) ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 60 คน (15%) และพนักงานบริษัท มีจำนวน 54 คน (13.5%); ส่วนด้านรายได้ ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากจำนวนมากมาหาน้อยคือ ผู้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวน 239 คน (60.7%), ผู้มีรายได้ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 62 คน (15.7%), ผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 52 คน (13.2%); ส่วนด้านภูมิลำเนา ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุด 3 อันดับแรกเรียงจากจำนวนมากมาหาน้อยคือ ภาคกลาง มีจำนวน 179 คน (45%), ภาคใต้ มีจำนวน 121 คน (30.4. %), และ ภาคเหนือ มีจำนวน 74 คน (18.6%)

อภิปรายผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 1:

ก. จำนวนนักท่องเที่ยว: จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุดเป็นอันดับ 1 คือ ผู้มีอายุ 15-24 ปี มีจำนวน 221 คน (55.3%) เนื่องจากนักท่องเที่ยววัยนี้กำลังอยู่ในช่วงอยากรู้ อยากเห็น ต้องการศึกษาค้นหาความรู้หรือเพิ่งจบการศึกษาใหม่ๆ และยังไม่มียาได้มากนัก เพราะการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการหาความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวแบบประหยัด การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จึงสอดคล้องกับวัยและฐานะของกลุ่มนี้; ส่วนอันดับ 2 คือ ผู้มีอายุ 25-34 ปี มีจำนวน 71 คน

(17.8.3%) นั่นก็เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กำลังอยู่ในวัยทำงานและเริ่มต้นสร้างครอบครัวใหม่ๆ จึงนิยมการท่องเที่ยวที่คิดว่าจะได้ความรู้ ประสบการณ์ใหม่ๆ และไม่ต้องใช้จ่ายฟุ่มเฟือยมากนัก; ส่วนอันดับ 3 คือ ผู้มีอายุ 45-55 ปี มีจำนวน 44 คน (11%) นั่น ก็เพราะนักท่องเที่ยวที่มีวัยค่อนข้างสูงส่วนใหญ่มีข้อจำกัดเรื่องสุขภาพ ดังนั้นจึงมีแนวโน้มชอบท่องเที่ยวแบบไม่สมบุกสมบันมากนัก

ข. สถานภาพสมรส: ปรากฏว่านักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุดเป็นอันดับ 1 คือผู้มีสถานภาพโสด มีจำนวน 284 คน (71%) เนื่องจากนักท่องเที่ยววัยนี้ไม่มีข้อจำกัดด้านการตัดสินใจเลือกประเภทการท่องเที่ยว และคนโสดส่วนใหญ่มีความคล่องตัวในเรื่องการเดินทางที่พักร้านอาหารการกิน; ส่วนอันดับ 2 คือ ผู้มีสถานภาพสมรส มีจำนวน 96 คน (24%) นั่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีครอบครัวมักชอบที่พักที่มีความเป็นส่วนตัวและต้องมีความปลอดภัยสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีลูกติดตามมาด้วย; ส่วนอันดับ 3 คือผู้มีสถานภาพมาย มีจำนวน 13 คน (3.3%) นั่น เป็นเพราะการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น ผู้เป็นเจ้าของบ้านต้องไม่ถือว่าผู้มาพักเป็นนักท่องเที่ยว แต่ต้องปฏิบัติต่อผู้มาพักเสมือนหนึ่งญาติมิตร ดังนั้นนักท่องเที่ยวทุกคนจะรู้สึกสัมผัสได้ถึงความอบอุ่น เป็นกันเองจากการท่องเที่ยวในลักษณะนี้

ค. ระดับการศึกษา: จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุดเป็นอันดับ 1 คือ ระดับปริญญาตรี มีจำนวน 266 คน (66.8%), เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กำลังอยู่ในช่วงอยาก رؤ้ออยากเห็น ต้องการศึกษาค้นคว้าหาความรู้และยังไม่มีรายได้มากนัก การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการหาความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวแบบประหยัด การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จึงสอดคล้องกับกลุ่มนี้; ส่วนอันดับ 2 คือ ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช มีจำนวน 69 คน (17.3%) นั่นก็เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่กำลังอยู่ในวัยเรียนที่ใฝ่รู้ แต่ไม่มีรายได้เป็นของตนเอง ไม่อาจใช้จ่ายฟุ่มเฟือยได้ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จึงเป็นสิ่งที่เหมาะสม; ส่วนอันดับ 3 คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี 38 คน (9.5%) นั่น เป็นเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักเป็นนักการศึกษาที่ทำหน้าที่ควบคุมดูแลการทัศนศึกษาของบรรดานักเรียน นักศึกษาของสถาบันต่างๆ (ดูข้อ ง. ประกอบ)

ง. อาชีพ: จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุดเป็นอันดับ 1 คือ นักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 210 คน (52.5%), เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กำลังอยู่ในช่วงอยาก رؤ้ออยากเห็น ต้องการศึกษาค้นคว้าหาความรู้และยังไม่มีรายได้มากนัก การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการหาความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวแบบประหยัด การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จึงสอดคล้องกับกลุ่มนี้; ส่วนอันดับ 2 คือ ข้าราชการ/

พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 60 คน (15%) นั่นก็เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ไม่มีรายได้สูงมากนัก ไม่อาจใช้จ่ายฟุ่มเฟือยได้ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จึงเป็นสิ่งที่เหมาะสม; ส่วนอันดับ 3 คือ และพนักงานบริษัท มีจำนวน 54 คน (13.5%); นั่น เป็นเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักเป็นพนักงานระดับปฏิบัติการที่เงินเดือนไม่มากนัก

จ. รายได้: จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุดเป็นอันดับ 1 คือ ผู้มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท มีจำนวน 239 คน (60.7%) เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษา กำลังอยู่ในช่วงอยากรู้ อยากเห็น ต้องการศึกษาค้นคว้าหาความรู้และยังไม่มีรายได้มากนัก การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นั้น เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการหาความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวแบบประหยัด การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จึงสอดคล้องกับกลุ่มนี้; ส่วนอันดับ 2 คือ ผู้มีรายได้ ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีจำนวน 62 คน (15.7%), นั่นก็เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ไม่มีรายได้สูงมากนัก เช่นเดียวกับอันดับ 3 คือผู้มีรายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท มีจำนวน 52 คน (13.2%) ไม่อาจใช้จ่ายฟุ่มเฟือยได้ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์จึงเป็นสิ่งที่เหมาะสมและสอดคล้องกับรายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้.

จ. ภูมิภาค: จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาพักโฮมสเตย์สูงสุดเป็นอันดับ 1 คือ ภาคกลาง มีจำนวน 179 คน (45. %) นั่นก็เพราะอยู่ใกล้กับสมุทรสงครามมากที่สุด สามารถไปกลับภายในวันเดียวกันได้ ส่วนรองลงมาเป็นอันดับ 2 และ 3 นั่นคือ ภาคใต้ มีจำนวน 121 คน (30.4. %), และ ภาคเหนือ มีจำนวน 74 คน (18.6%) เนื่องจากค่อนข้างมีอุปสรรคเรื่องระยะทางและการเดินทางเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่มาจากภาคกลาง

ส่วนที่ 2: เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (ดูตารางที่ 4 ในภาคผนวก)

ผลการวิเคราะห์: ในส่วนนี้แบ่งออกเป็น 7 ข้อย่อย ผลจากผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนทั้งสิ้น 400 คน เป็นชาย 124 คน (31%), เป็นหญิง 276 คน (69%) สามารถสรุปได้ว่า:

ข้อ 1. การพักโฮมสเตย์ต้องพักร่วมบ้านเดียวกับเจ้าบ้าน ใช่หรือไม่? ผู้วิจัยพบว่า 303 คน (76.9%) ตอบว่าใช่, 91 คน (23.1%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน (1.5%) ไม่แน่ใจ

อภิปรายผลการวิเคราะห์ ข้อ 1: การที่ส่วนใหญ่ (76.9%) ตอบว่า การพักโฮมสเตย์ต้องพักร่วมบ้านเดียวกับเจ้าบ้านนั้น เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษาที่มักจะทราบข้อมูลนี้จากครู-อาจารย์ก่อนการเดินทางแล้ว; ส่วนข้อที่ 2 มีผู้ตอบว่าไม่ใช่เกือบ 25% แสดงว่า

อาจเป็นผลมาจากการขาดการรับรู้และความรู้เกี่ยวกับแนวคิดของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ประกอบกับมีที่พักประเภทรีสอร์ทหลายแห่งใช้ชื่อโฮมสเตย์เพื่อผลทางการตลาด; ส่วนข้อ 3 มีเพียง 6 คนที่ไม่ทราบว่าต้องพักร่วมบ้านเดียวกันกับเจ้าบ้านหรือไม่ นั่น ย่อมสะท้อนว่าเกิดจากการขาดการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างจริงจังและต่อเนื่องจากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน

ข้อ 2. การพักโฮมสเตย์ทำให้ได้เรียนรู้วิถีชุมชน ใช่หรือไม่? ผู้วิจัยพบว่า 372 คน (94.4%) ตอบว่าใช่, 22 คน (5.6%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แน่ใจ

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 2: คล้ายข้อ 1 ข้างต้น การที่ส่วนใหญ่ (94.4%) ตอบว่า การพักโฮมสเตย์ทำให้ได้เรียนรู้วิถีชุมชน เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษาที่มักจะทราบข้อมูลนี้จากครู-อาจารย์ก่อนการเดินทางแล้วว่าต้องไปพักร่วมบ้านเดียวกันกับเจ้าบ้านและมีโอกาสเรียนรู้เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน; ส่วนข้อ 2 เกือบ 6 % ตอบว่าไม่ใช่ และที่เหลืออีก 1.5% ไม่แนใจนั้น ชี้ให้เห็นว่ามีส่วนน้อยที่เชื่อว่าตนเองจะไม่ได้เรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้าน แม้ว่าจะเป็นการไปพักอยู่ในชุมชนนั้นๆก็ตาม

ข้อ 3. การพักโฮมสเตย์ก็คล้ายกับพักโรงแรมหรือบังกะโล ใช่หรือไม่? ผู้วิจัยพบว่า 118 คน(29.9%) ตอบว่าใช่, 276 คน (70.1%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แนใจ

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 3: การที่ส่วนใหญ่ (70.1%) ตอบว่า การพักโฮมสเตย์ก็ ไม่คล้ายกับพักโรงแรมหรือบังกะโล เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษาที่มักจะทราบข้อมูลนี้จากครู-อาจารย์ก่อนการเดินทางแล้ว

ข้อ 4. การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ใช่หรือไม่? ผู้วิจัยพบว่า 358 คน(90.9%) ตอบว่าใช่, 36 คน (9.1%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แนใจ

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 4: การที่ส่วนใหญ่ ((90.9%) ตอบว่าใช่เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษาที่มักจะทราบข้อมูลนี้จากครู-อาจารย์ก่อนการเดินทางแล้ว

ข้อ 5. การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ทำให้ได้เรียนรู้จากกันและกันกับเจ้าของบ้านใช่หรือไม่? ผู้วิจัยพบว่า 363 คน (92.4%) ตอบว่าใช่, 30 คน (7.6%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 7 คน ไม่แนใจ

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 5: การที่ส่วนใหญ่ (92.4%) ตอบว่าใช่ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษาที่มักจะทราบข้อมูลนี้จากครู-อาจารย์ก่อนการเดินทางแล้ว

ข้อ 6. การไปโฮมสเตย์ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ใช่หรือไม่? ผู้วิจัยพบว่า 352 คน (89.3%) ตอบว่าใช่, 42 คน (10.7%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แนใจ

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 6: การที่ส่วนใหญ่ (89.3%) ตอบว่าใช่ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษาที่มักจะทราบข้อมูลนี้จากครู-อาจารย์ก่อนการเดินทางแล้ว

ข้อ 7. โสมสเตย์ทำให้นักท่องเที่ยวเป็นเสมือนสมาชิกของบ้านใช่หรือไม่? ผู้วิจัยพบว่า 355 คน (90.1%) ตอบว่าใช่, 39 คน (9.9%) ตอบว่าไม่ใช่, และที่เหลืออีก 6 คน ไม่แน่ใจ

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 7: การที่ส่วนใหญ่ (90.1%) ตอบว่าใช่ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษาที่มักจะทราบข้อมูลนี้จากครู-อาจารย์ก่อนการเดินทางแล้ว

ส่วนที่ 3: การรับรู้เกี่ยวกับโสมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (ดูตารางที่ 5 ประกอบ)

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 3:

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คนในเรื่องโสมสเตย์นั้นสรุปได้ดังนี้:

ข้อ 1. ท่านทราบเกี่ยวกับโสมสเตย์บ้านทรงไทยจากที่ใด ผู้วิจัยพบว่า แหล่งข้อมูล 3 แห่งที่นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับบ้านทรงไทยโสมสเตย์เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ 188 คน (47.7%) ทราบจากโทรทัศน์, 88 คน (22.0%) ทราบจากนิตยสาร และ 39 คน (9.0%) ทราบจากเพื่อนแนะนำ

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 1: ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากส่วนใหญ่ของการส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวนิยมใช้สื่อโทรทัศน์เป็นหลักเพราะสามารถสื่อสารกับผู้ชม/กลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ (47.7%)

ข้อ 2. ท่านทราบเกี่ยวกับโสมสเตย์ทั่วยุโรปจากที่ใด ผู้วิจัยพบว่า แหล่งข้อมูล 3 แห่งที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโสมสเตย์ทั่วยุโรปเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือ 190 คน (47.5%) ทราบจากโทรทัศน์, 103 คน (25.8%) ทราบจากนิตยสาร และ 39% (9.8%) ทราบจากเพื่อนแนะนำ

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 2: ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากส่วนใหญ่ของการส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวนิยมใช้สื่อโทรทัศน์เป็นหลักเพราะสามารถสื่อสารกับผู้ชม/กลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ (47.5%)

ส่วนที่ 4: แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบโสมสเตย์บ้านทรงไทยฯ (ดูตารางที่ 6 ประกอบ)

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 4:

ผลการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจการท่องเที่ยวโสมสเตย์บ้านทรงไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนนั้น สรุปได้ดังนี้:

ข้อ 1. สาเหตุที่ทำให้อยากมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยมากที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน แรงจูงใจสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ อยากรู้ว่าโฮมสเตย์เป็นอย่างไร 206 คน (51.5%); ต้องการประหยัดค่าที่พัก 88 คน (22.0%); ต้องการพักในบ้านทรงไทย 50 คน (12.5%)

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 1: การที่แรงจูงใจอันดับหนึ่ง (51.5%) คือความต้องการรู้ว่าโฮมสเตย์เป็นอย่างไร เนื่องจากการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์กำลังอยู่ในกระแสความนิยมและเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกซึ่งสอดคล้องกับความสนใจอยากเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่ส่วนใหญ่อยู่ในวัยศึกษาหาความรู้

ข้อ 2. ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาโฮมสเตย์มากที่สุด ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผู้ที่มีอิทธิพลสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ เพื่อนและญาติพี่น้อง 168 คน (42.0%); คำพูดปากต่อปาก 116 คน (29.0%); สื่อโทรทัศน์ 15 คน (1%)

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 2: ที่เป็นเช่นนี้เพราะเพื่อนและญาติพี่น้อง เป็นผู้ที่ใกล้ชิดที่กลุ่มใหญ่นี้ให้ความเชื่อถือมากที่สุด สิ่งสำคัญที่สุดคือการได้ยินได้ฟังจากผู้ที่เคยไปมาแล้ว แทนที่จะเป็นสื่อโทรทัศน์ที่เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มักนำเสนอข้อมูลเพียงด้านเดียวเท่านั้น

ข้อ 3. สิ่งที่คาดหวังมากที่สุดในการมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์ที่นี่ ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ได้สัมผัสชีวิตแบบชนบท 180 คน (45.5%); ได้ศึกษาวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น 95 คน (23.8%); ได้ชิมหิงห้อยและสัมผัสธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อมที่สะอาด 61 คน (15.3%)

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 3: ที่เป็นเช่นนี้เพราะส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษา ต้องการศึกษาหาความรู้ โฮมสเตย์นั้น เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการหาความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต วัฒนธรรมชุมชนและนี่เป็นสิ่งที่กลุ่มนี้คาดหวังมากที่สุด

ข้อ 4. สิ่งที่ทำนได้มากที่สุดจากการมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทย ผลการวิจัยพบว่า จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้มากที่สุดสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ ได้สัมผัสชีวิตแบบชนบท 162 คน (45%); ได้ศึกษาวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น 123 คน (30.8%); ได้ชิมหิงห้อย 64 คน (16.0%).

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 4: ที่เป็นเช่นนี้เพราะการไปโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการหาความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมชุมชนในชนบท และส่วนใหญ่เป็นนักเรียน-นักศึกษา

ที่มุ่งหาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวลักษณะนี้โดยเฉพาะและนี้แสดงให้เห็นถึงการจัดการโฮมสเตย์ที่มีประสิทธิภาพ

ข้อ 5. หากที่พักที่นี่ไม่เป็นบ้านทรงไทย ท่านจะมาโฮมสเตย์หรือไม่ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มา 328 คน (81.3 %); ไม่มา 75 คน (18.8 %). **อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 5:** แม้ว่าส่วนใหญ่จะยินดีมาเพราะเป็นกลุ่มที่สนใจเกี่ยวกับโฮมสเตย์ แต่ประเด็นที่น่าสนใจคือมีนักท่องเที่ยวเกือบหนึ่งในสี่ที่ให้ความสำคัญกับลักษณะเด่นของที่พักเป็นอันดับแรก

ข้อ 6. หากที่นี่ไม่มีหิ้งห้อย ท่านจะมาโฮมสเตย์หรือไม่ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มา 282 คน (70.7 %); ไม่มา 75 คน (18.8 %).

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 6: แม้ว่าส่วนใหญ่จะยินดีมาเพราะเป็นกลุ่มที่มองว่าไปดูหิ้งห้อยในที่ไม่ใช่โฮมสเตย์ก็ได้ แต่ประเด็นที่น่าสนใจคือมีนักท่องเที่ยวเกือบหนึ่งในสี่ที่ให้ความสำคัญกับลักษณะเด่นของโฮมสเตย์ที่มีหิ้งห้อยให้ดูด้วยเป็นอันดับแรก

ข้อ 7. ท่านจะมาโฮมสเตย์ที่นี่ในอนาคตอีกหรือไม่ จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มา 388 คน (97.2 %); ไม่มา 11 คน (2.8 %).

อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อ 7: นี่เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์ที่สำคัญประการหนึ่ง เพราะนักท่องเที่ยวเกือบ 100% ประารถนาที่จะกลับมาอีกในอนาคต

ส่วนที่ 5: พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (ดูตารางที่ 7 ประกอบ)

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 5:

ข้อ 1. ท่านเคยท่องเที่ยวในลักษณะโฮมสเตย์หรือไม่? จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า เคย 91 คน (22.8 %); ไม่เคย 309 คน (77.3 %).

ข้อ 2. ท่านเคยมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางกี่ครั้งแล้ว? จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มาเป็นครั้งแรก 341 คน (85.3 %); มาเป็นครั้งที่สอง 52 คน (13.0 %); มาเป็นครั้งที่สาม 5 คน (1.3 %); มาเกิน 3 ครั้ง 2 คน (0.5 %).

ข้อ 3. ครั้งนี้ท่านมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางกับใคร? จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มาคนเดียว 36 คน

(9.0 %); มากับเพื่อน/ญาติ 290 คน (72.5 %); มากับครอบครัว 50 คน (12.5 %); มากับบริษัท
ทัวร์ 24 คน (6.0 %).

ข้อ 4. ท่านมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางด้วยวิธีใด? จาก
จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มาโดยรถส่วนตัว
118 คน (29.5 %); มาโดยรถโดยสารประจำทาง 30 คน (7.5 %); มาโดยรถเช่า 149 คน (37.3
%); มาโดยรถโค้ชปรับอากาศ 103 คน (25.8 %).

ข้อ 5. วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางคืออะไร?
จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์หลัก 3 ประการเรียง
ตามลำดับความสำคัญได้แก่ มาเพื่อทัศนศึกษา 174 คน (43.5 %); มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ 151
คน (37.8 %); มาเพื่อสัมมนา 71 คน (17.8 %).

**ข้อ 6. กิจกรรมที่ชอบมากที่สุดในการมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลาย
โพงพางคืออะไร?** จากจำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมหลัก 3
ประการเรียงตามลำดับความชอบได้แก่ การนั่งเรือชมหิ่งห้อย 252 คน (63. %); การใส่บาตรพระ
ที่พายเรือมาบิณฑบาต 55 คน (13.8 %); การนั่งเรือเที่ยววัดวาอาราม 52 คน (13.0 %).

สรุปอภิปรายผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 5: สรุปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนมากยังไม่มี
ประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และเป็นครั้งแรกที่ได้ท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ซึ่ง
ส่วนมากก็เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่ได้กล่าวมาแล้ว นอกจากนี้ส่วนใหญ่ยังเป็นการมากับ
เพื่อนหรือญาติพี่น้อง และมากับบริษัทนำเที่ยวน้อยมาก มีเพียง 24 คน (6 %) เท่านั้น แสดงว่ายัง
ไม่มีการจัดรายการนำเที่ยวลักษณะนี้ในบรรดาบริษัททัวร์ต่างๆ ส่วนการเดินทางนั้น ประมาณ
เศษหนึ่งส่วนสามมาโดยรถส่วนตัวและรถโค้ช และส่วนใหญ่เกือบครึ่งหนึ่งของจำนวน
นักท่องเที่ยวมาโดยรถเช่า

ส่วนที่ 6: ความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทย (ตารางที่ 8 ประกอบ)

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 6:

ผู้วิจัยได้สอบถามความพึงพอใจต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยใน 4
ด้านหลักๆคือ ด้านบ้านพักและการให้บริการ ด้านราคาบ้านพักและค่าบริการ ด้านการติดต่อ
ของโฮมสเตย์ และด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการวิจัยของแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

ข้อที่ 1. ด้านบ้านพักและการให้บริการ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีความพึงพอใจต่ออสังหาริมทรัพย์เจ้าของบ้านในระดับ**มากที่สุด** และมีความพึงพอใจในระดับ**มาก**ในหัวข้อต่างๆดังนี้: บ้านพักน่าอยู่และมีบรรยากาศดี ห้องน้ำห้องส้วมสะอาดถูกสุขลักษณะ อาหารพื้นบ้านมีรสอร่อย โปรแกรมนำเที่ยวน่าสนใจ; สินค้าของที่ระลึกมีราคาเหมาะสม; ไกด์นำชมแหล่งท่องเที่ยวมีความรู้ดี.

ข้อที่ 2. ด้านราคาบ้านพักและค่าบริการต่างๆ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีความพึงพอใจต่อ**ราคาบ้านพักและค่าบริการ**ในระดับ**มาก**ในหัวข้อต่างๆดังนี้: ที่พัก-อาหารมีราคาเหมาะสม; ผลไม้ของที่ระลึกมีราคาสมเหตุสมผล; รายการนำเที่ยวมีราคาเหมาะสม; ค่าบริการเรือนำเที่ยวสมเหตุสมผล.

ข้อที่ 3. ด้านการติดต่อจองโฮมสเตย์ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีความพึงพอใจต่อการติดต่อจองโฮมสเตย์ ในระดับ**มาก**ในหัวข้อต่างๆดังนี้: การจองทางโทรศัพท์ การจองทางแฟกซ์

ข้อที่ 4. ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีความพึงพอใจ ในระดับ**มาก**ในหัวข้อต่างๆดังนี้: บ้านทรงไทยได้เข้าร่วมนิทรรศการท่องเที่ยวเสมอ; บ้านทรงไทยได้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/นิตยสาร/วิทยุ/หนังสือพิมพ์เสมอ; บ้านทรงไทยได้ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์เสมอ.

สรุปการอภิปรายผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 6: สรุปได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวประทับใจในอสังหาริมทรัพย์ ความเป็นกันเองของเจ้าบ้านในระดับ**มากที่สุด** ส่วนที่เหลือทั้งหมดนักท่องเที่ยวมีความประทับใจในระดับ**มาก**เท่านั้นได้แก่บ้านพักน่าอยู่และมีบรรยากาศดี ห้องน้ำห้องส้วมสะอาดถูกสุขลักษณะ อาหารพื้นบ้านมีรสอร่อย โปรแกรมนำเที่ยวน่าสนใจ; สินค้าของที่ระลึกมีราคาเหมาะสม; ไกด์นำชมแหล่งท่องเที่ยวได้ดี; ที่พัก-อาหารมีราคาเหมาะสม; ผลไม้ของที่ระลึกมีราคาสมเหตุสมผล; รายการนำเที่ยวมีราคาเหมาะสม; ค่าบริการเรือนำเที่ยวสมเหตุสมผล.

นอกจากนี้ในด้านการติดต่อจองโฮมสเตย์ (ทางโทรศัพท์ ทางแฟกซ์) และ**ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์** (บ้านทรงไทยได้เข้าร่วมนิทรรศการท่องเที่ยวเสมอ; บ้านทรงไทยได้ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์/นิตยสาร/วิทยุ/หนังสือพิมพ์/เว็บไซต์เสมอ; ผลการวิจัยสรุปได้ว่า มีความพึงพอใจในระดับ**มาก**เช่นกัน

ส่วนที่ 7: เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ (Open-ended questions)

จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน มีนักท่องเที่ยวจำนวน 71 คนที่ได้แสดงความคิดเห็นและได้เสนอแนะ ประเด็นหลักๆ 3 ประเด็นดังนี้: 1.) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรปรับปรุง 2.) รายการจัดนำเที่ยวที่ควรปรับปรุง 3.) สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม โดยแยกออกเป็นประเด็นต่างๆดังต่อไปนี้:

ผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 7: สรุปได้ว่ามีประเด็นที่นักท่องเที่ยวได้เสนอเช่น

1.) สิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรปรับปรุง:

- “อยากให้มีแอร์ในห้องนอนค่ะ” (4 ราย)
- “ห้องน้ำไม่ค่อยสะอาดเท่าไร” (3 ราย)
- “อยากได้ส้วมแบบชักโครกค่ะ อายุเยอะแล้ว” (3 ราย)
- “ที่นอน ผ้าปูเก๋ๆ อยากได้ของใหม่ค่ะ” (2 ราย)
- “ถ้ามีฝักบัวและอ่างอาบน้ำจะดีมากครับ” (8 ราย)
- “บ้านที่ผมพักไม่มีน้ำอุ่น น้ำเย็นมากๆเลย” (3 ราย)

2.) รายการจัดนำเที่ยวที่ควรปรับปรุง:

- “อยากให้มีการอธิบายสถานที่ท่องเที่ยวละเอียดๆหน่อย” (2 ราย)
- “ไกด์ไม่ค่อยรักษาเวลา” (5 ราย)
- “มีเวลาดูหนังห้อยนอยไปหน่อยค่ะ” (7 ราย)
- “ทำไมไม่เพิ่มเส้นทางจักรยานท่องเที่ยวบ้าง” (4 ราย)

3.) สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม:

- “นักท่องเที่ยวเยอะมาก แต่ก่อนไม่เป็นแบบนี้ อีกทั้งถนนหนทางกว่าเดิม” (10 ราย)
- “แม่น้ำลำคลองเริ่มสกปรกแล้ว ไม่ค่อยเห็นกุ้งหอยปูปลา” (3 ราย)
- “มีขยะ ขวดน้ำ ถูงพลาสติกลอยตามคลองที่นั่งเรือผ่าน ไม่ดีเลยค่ะ” (6 ราย)
- “อากาศไม่สะอาด มีควันจากเรือบริการเหม็นมาก” (8 ราย)
- “รู้สึกว่ามีขยะมาก ทำไมไม่มีการเอาขยะไปทิ้งหรือกำจัดขยะบ้าง” (3 ราย)

สรุปการอภิปรายผลการวิเคราะห์ส่วนที่ 7: ผลจากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวใน 3 ประเด็นข้างต้น ทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น (อยากได้แอร์ในห้องนอน เครื่องทำน้ำอุ่น ส้วมเป็นแบบชักโครกฯ) และส่งผลให้

ชาวบ้านที่เข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์ต้องชวนชายภรรยาให้ยื่นมือเข้ามาจัดหามาตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ประการสำคัญ การที่ชาวบ้านมุ่งหวังแต่จะสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่จะกลับมาอีกในอนาคต เพราะประเด็น **สิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรปรับปรุง** นั้น หากตามใจนักท่องเที่ยวอย่างไม่มีขอบเขตก็จะเป็นการบิดเบือนแก่นของวิถีชีวิตชุมชนวัฒนธรรมดั้งเดิม (originality and authenticity) ไปในไม่ช้า นักท่องเที่ยวควรจะทราบหากต้องการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ก็ต้องพยายามปรับตัวให้เข้ากับวิถีชีวิตชุมชน มิใช่การที่ชาวบ้านต้องพยายามปรับวิถีชีวิตความเป็นอยู่เพียงเพื่อรายได้ ซึ่งในท้ายที่สุดแล้ววัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิมก็จะเลือนหายไป

ส่วนประเด็น **รายการจัดนำเที่ยวที่ควรปรับปรุง** นั้น ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญขององค์ประกอบหลักของการจัดการโฮมสเตย์ แม้ว่าบ้านทรงไทยปลายโพงพางได้จัดให้มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งวัดวาอาราม สวนผลไม้ หิ้งห้อยร้อยแสง แหล่งวัฒนธรรมวิถีชีวิต ฯลฯ แต่หากมีมัคคุเทศก์ (tour guide) ที่มีความเป็นมืออาชีพ ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคนิคการนำเที่ยว ความรอบรู้ในเรื่องที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ความตรงต่อเวลา รวมทั้งการจัดรวม รายการนำเที่ยว (package) ที่หลากหลายอย่างเหมาะสมกับเวลาและค่าบริการ ก็จะเป็นการเพิ่มคุณค่าโฮมสเตย์และประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

ส่วนประเด็น **สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมนั้น** เป็นเรื่องสภาพแวดล้อมที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ แม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยเพียงใดก็ตาม ทั้งนี้ในเรื่องการท่องเที่ยวนั้นไม่จำเป็นที่จะเป็นการท่องเที่ยวแบบที่เรียกว่าการท่องเที่ยวมวลชน (Mass tourism) ที่มีนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ๆ เน้นความสนุกในการท่องเที่ยวและจัดนำเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยว หรือการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative tourism) ที่เน้นนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่ยิ่งน้อยยิ่งดี ที่มีความสนใจอยากศึกษาหาความรู้ในเรื่องต่างๆมากกว่าความสนุกเพลิดเพลินเพื่อให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืนขึ้น แต่ไม่จำเป็นที่จะเป็นการท่องเที่ยวมวลชนหรือการท่องเที่ยวทางเลือก หากนักท่องเที่ยวเหล่านั้นขาดจิตสำนึก ไม่สนใจว่าจะเกิดความเสียหายหรือผลกระทบต่างๆในด้านลบต่อแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนแล้ว ย่อมเป็นที่แน่นอนว่าในไม่ช้าแหล่งท่องเที่ยวก็จะสกปรกเสื่อมโทรมจนไม่มีใครอยากไปท่องเที่ยวอีกต่อไป

6.2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research findings)

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยเชิงคุณภาพออกเป็น 5 ประเด็นหลักๆ ประกอบด้วย:

ประเด็น 1. เหตุผลของการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง

- ประเด็น 2. ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการให้บริการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง
- ประเด็น 3. ผลกระทบจากการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง
- ประเด็น 4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง
- ประเด็น 5. อนาคตการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง
- ทั้ง 5 ประเด็นข้างต้นครอบคลุมหัวข้อย่อยๆซึ่งสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้:

1. เหตุผลของการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง:

1.1 อยากลองดู

“ก็คิดว่ามันคงไม่เสียหายอะไร ลองดู ถ้าไม่ดีก็ค่อยเลิก”

“เขาว่าเปิดบ้านให้เป็นโฮมสเตย์ก็น่าทำ อยากลองดูว่าจะเป็นอย่างไร”

1.2 เกรงใจกำนัน

“พ่อกำนันมาชวนให้เข้าโครงการนี้ ถ้าไม่เข้าก็เกรงใจ”

“กำนันแกเป็นคนดี มาขอให้เข้าร่วมทำโฮมสเตย์ ก็เลย...เอา ก็เอา”

1.3 อยากมีอะไรทำแก้เหงา

“ตากับยายก็อยู่กัน 2 คนกับหลาน 1 คน หลานไปเรียนก็รู้สึกเหงาๆ เลยคิดว่าทำอย่างนี้จะได้มีเพื่อนมาคุยพอให้หายเหงานะ”

“ลูกหลานก็ไปทำงานในกรุงเทพฯ อยู่กรุงเทพฯกันหมด นานๆมาเยี่ยม ถ้ามีคนมาพัก มาคุยก็คงจะไม่เหงาเท่าไร”

1.4 อยากมีรายได้เสริม

“คิดว่าจะทำให้ลูกกับป้ามีรายได้พอเป็นค่ากับข้าวเล็กๆน้อยๆ ก็ดีเหมือนกัน”

“อยากทำ...เพราะคิดว่าทำโฮมสเตย์คงจะพอได้เงินบ้าง บางทีความเป็นอยู่ของตากับยายคงจะดีขึ้นกว่าแต่ก่อน ใช้นิดได้หน่อยก็ยังดีกว่าไม่ได้เอาเสียเลย”

1.5 อยากใช้บ้านให้เกิดประโยชน์

“นี่ลูกชั้นก็ออกเรือนไปหมดแล้ว ห้องก็ว่าง 2-3 ห้อง ปล่อยให้ว่างไว้ก็ไม่เกิดประโยชน์อะไร มีคนมาพักก็ทำให้ห้องได้ใช้ประโยชน์นะ”

“เห็นว่าห้องที่ลูกๆเคยอยู่ก็จะได้เอามาทำประโยชน์เกิดรายได้ เพราะปล่อยให้ว่างไว้ก็จะรกๆ”

2. ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการให้บริการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง:

2.1 เงินทุนไม่พอ

“ลูกต้องไปเยี่ยม ไปกู้เงินมาหลายหมื่นบาทมาขายยห้องให้รับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น”

“มันจำเป็นนะหลาน เงินที่มีไม่พอค่าใช้จ่ายเรื่องทำห้องน้ำ ห้องส้วมใหม่ อีกทั้งที่นอน ผ้าห่ม หมอนมุ้ง...”

2.2 รายได้ไม่แน่นอน

“บางเดือนไม่ได้นักท่องเที่ยวเลยแม้แต่คนเดียว ยิ่งหน้าฝนด้วย รายได้ก็ไม่แน่นอน”

“กลุ่มใจหลายเดือนมานี้ มีมาพักเดือนละ 2-3 คน ไม่เหมือนปีก่อนๆ นักท่องเที่ยวมาพักทุกอาทิตย์ อย่างน้อยอาทิตย์ละ 6-10 คน...เฮ้อ...”

2.3 นักท่องเที่ยวเรียกร้องมากเกินไป

“บางคนก็ดี อยู่ง่ายกินง่าย หลายคนถามว่าทำไมไม่มีอ้ายเครื่องทำน้ำอุ่น เขาอยากได้...”

“นี่ชั้นต้องติดแอร์ เพิ่มเครื่องทำน้ำอุ่น ทำห้องอาบน้ำใหม่ เค้าไม่ชอบใช้ชั้นตักอาบ...ถ้าอยากได้นั้นนี่นั่นมากเกินไป ก็น่าจะไม่ไหวเหมือนกันจะ...”

3. ผลกระทบจากการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพพงพาง:

3.1 มีรายได้เพิ่ม

“จ้า...มีรายได้เพิ่ม บางเดือนได้เป็นหมื่น”

“ที่ลงทุนไปก็ได้เพิ่มมา แต่ว่า มันก็ยังไมค์ุ่มทุนที่ลงไปหลายๆหมื่นบาทเลย”

3.2 มีเพื่อนใหม่ๆ

“ก็ได้รู้จักคน มีเพื่อนใหม่ๆมากขึ้น”

“นักท่องเที่ยวหลายคนกลับบ้านเมืองเขาไปแล้ว ก็ยังส่งโปสการ์ดมาให้ป่าอยู่เลย...”

3.3 เป็นหนี้จากการกู้ยืมเงินมาปรับปรุงบ้าน

“ตอนนี้ถึงจะได้เงินจากนักท่องเที่ยว ก็ยังต้องส่งหนี้ ส่งดอกเบี้ยย เงินต้นให้ธนาคาร คงอีกนาน...”

“ก็อยากให้คนมาพักสะดวกสบาย เลยต้องยอมตากหน้าไปยืมเงินคนรู้จักมาปรับปรุงห้องหับใหม่

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพพงพาง:

4.1 อยากให้กระจายนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง

“เฮ้อ...อยากให้ส่งนักท่องเที่ยวมาบ่อยๆ...”

“บางบ้านที่ใกล้ชิดกับกำนันก็จะได้นักท่องเที่ยวมาก ฉันทเองก็ไม่ได้ว่ะ...เค้าคงให้บริการได้ดีกว่าฉันละมัง บ้านเค้ามีหลายห้อง...”

4.2 อยากได้แหล่งเงินกู้ดอกเบี้ยยต่ำ

“ชั้นก็อยากให้มีที่สำหรับกู้เงินที่เป็นแบบดอกถูก เผื่อจำเป็นจะได้พึ่งพาได้มัง”

“อันที่จริงถ้าไม่จำเป็นก็ไม่อยากกู้ใคร ถ้ารัฐบาลเข้ามาช่วยตรงนี้มัน พวกเราก็คงไม่ต้องไปเสียดอกแพงๆอีก...”

4.3 อยากให้บริษัททัวร์นำทัวร์มาลงเพิ่มขึ้น

“อีกอย่างหนึ่งก็คืออยากได้นักท่องเที่ยวเยอะๆ สม่่าเสมอหน่อย ถ้ามากับบริษัททัวร์นี่จะดีมาก”

“ที่จริงก็ได้นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็กๆ ใจจริงคืออยากให้มีมากขึ้นทีละเยอะๆกับบริษัทนำเที่ยวอะไรนี่แหละ พวกชั้นก็จะสบายขึ้น ”

5. อนาคตอยากเห็นการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพางเป็นอย่างไร:

5.1 อยากให้มีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายมากขึ้น

“ตอนนี้ฉันพวกก็เริ่มมีโฮมสเตย์เยอะขึ้น แทนที่จะแย่งกันเองก็มาช่วยกัน มารวมกันจะดีกว่า”

“ถ้ามารวมกลุ่มกัน เวลาที่นักท่องเที่ยวมากรับไม่ไหว ก็ช่วยกันส่งต่อไปให้บ้านที่ยังไม่มีนักท่องเที่ยว แบบนี้ก็เป็นกาพึ่งพากันได้ จริงไม้ ที่เขาที่เรา...”

5.2 อยากให้มีการสรุปประสบการณ์เพื่อแก้จุดอ่อน

“ต่อไปยังมองไม่ออกว่าอนาคตโฮมสเตย์จะอยู่ได้นานแค่ไหน ก็อยากให้มีมาช่วยกันคิดปรับปรุงจุดอ่อนจุดแข็งในเรื่องต่างๆ แล้วแต่นักท่องเที่ยวเค้าอยากได้อะไร เราจะให้ได้แค่ไหน...”

“ที่ผ่านมาก็ทำไปตามยถากรรม ผิดมั่ง ถูกมั่ง นักท่องเที่ยวก็ไม่ว่า แต่บางคนก็บอกเหมือนกันว่าอยากให้บริการอะไร ก็หามาให้เค้าเท่าที่จะทำได้ มันต้องปรับปรุงนะ เพื่อว่าจะดีขึ้นเรื่อยๆ”

5.3 อยากให้สามัคคี ช่วยกัน เสียสละมากขึ้นกว่านี้

“รู้สึกว่ามีบางทีก็ไม่ค่อยให้ความร่วมมือกันซักเท่าไร ถ้ารับลูกค้ามาเองโดยไม่ผ่านท่านกำนันก็ไม่ดีนะ บ้าว่า...”

“บางทีบางคนเห็นเงินแล้วตาโต อยากได้คนมาพักมากๆ น่าว่าควรเห็นแก่บ้านที่ไม่ค่อยได้นักท่องเที่ยว เสียสละแบ่งปันให้ทุกๆครอบครัวมีรายได้เหมือนกันจะดีมาก ยายว่าบางทีเงินก็ไม่เข้าใครออกใคร....”

สรุปการอภิปรายผลการวิจัยเชิงคุณภาพ: จาก 5 ประเด็นข้างต้นที่กล่าวมาแล้ว เช่น

1. เหตุผลของการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์
2. ปัญหาและแนวทางการแก้ไขการให้บริการ
3. ผลกระทบจากการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์
4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์
- 5.

อนาคตการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง ทำให้เห็นได้ว่าชาวบ้านทั้ง 19 ครัวเรือน ล้วนมีเหตุผลที่แตกต่างกันไป บางรายอาจจะเข้าร่วมโครงการด้วยเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน เช่น เกรงใจตามวิสัยคนไทย ไม่กล้าปฏิเสธโดยเฉพาะเมื่อได้รับการชักชวนจากผู้หลักผู้ใหญ่ในสังคม รวมทั้งอยากมีรายได้เสริม ซึ่งเป็นแนวคิดที่ถูกต้อง เพราะการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่อ่อนไหวง่าย เป็นปรากฏการณ์ที่คาดหวังได้ยาก จะเห็นได้จากเวลาเมื่อทำไประยะหนึ่งแล้ว ชาวบ้านก็เริ่มพบปัญหาต่างๆ เช่น รายได้ไม่แน่นอน นักท่องเที่ยวหน้าฝนแทบไม่มีเลย นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวเรียกร้องอยากได้สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่ทำให้จำเป็นต้องไปกู้ยืมเงินมาขยายห้อง เพิ่มแอร์ เครื่องทำน้ำอุ่นฯลฯ และการเข้าร่วมโครงการโฮมสเตย์ก็ได้เพื่อนใหม่ คลายเหงา แม้ว่าจะต้องแลกมากับการเป็นหนี้ ความไม่แน่นอนของการท่องเที่ยว คู่แข่งโฮมสเตย์ที่นับวันมีแต่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ประการสำคัญ ระหว่างการให้บริการ ชาวบ้านที่เข้าโครงการบางส่วนรู้สึกว่าการกระจายนักท่องเที่ยวไม่ยุติธรรมเท่าที่ควร เพราะบางบ้านมีนักท่องเที่ยวมาพักสม่ำเสมอตลอดปี แต่จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจัดโฮมสเตย์ ทำให้ทราบถึงหลักเกณฑ์การกระจายนักท่องเที่ยวไปให้แต่ละบ้านว่าประกอบไปด้วยปัจจัยหลักๆ เช่น ความพร้อมของที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก จำนวนห้อง ลักษณะของแขกที่มาพัก เช่นเป็นผู้หญิง เป็นครอบครัว หรือเรียกร้องขอพักรวมกันเป็นคณะฯลฯ ซึ่งผู้วิจัยเสนอเป็นเบื้องต้นว่าควรทำความเข้าใจกัน ตั้งแต่เนิ่นๆกับสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการ มิฉะนั้น อาจเกิดการถอนตัวจากโครงการแล้วไปทำส่วนตัวเองก็เป็นได้

ผู้ประกอบการก็ควรดำเนินการด้านการตลาดเพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น มีการสรุปบทเรียนเพื่อปรับปรุงการจัดการโฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนมากขึ้น ดังที่สมาชิกบางรายเรียกร้องการส่งนักท่องเที่ยวให้ทั่วถึงและดำเนินการติดต่อบริษัทนำเที่ยวให้จัดหานักท่องเที่ยวมาพักโฮมสเตย์เพิ่มขึ้น เพื่อให้ผู้ร่วมโครงการเกิดความรู้สึกมั่นคงและมั่นใจในการให้บริการต่อไป ส่วนในกลุ่มสมาชิกเองก็ควรมีกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือร่วมใจกัน เช่นการเก็บขยะตามลำคลอง การประกวดบ้านสะอาด หรือบ้านที่คงวิถีวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ได้ฯลฯ เป็นต้น ประการสุดท้ายควรมีการพัฒนาศักยภาพเจ้าบ้านในด้านต่างๆ เช่นอบรมภาษาอังกฤษ/ภาษาจีนฯด้านการสนทนาเบื้องต้นเพื่อยกระดับให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้อย่างกว้างขวาง

ข้อเสนอแนะ:

แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท (Rural tourism Development Concept)

การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Homestay Tourism) หรือที่เรียกว่า”การท่องเที่ยวเชิงที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท” นั้นถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวชนบท (Rural tourism) ซึ่งภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว (Tourism Stakeholders) ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่นที่มุ่งหวังจะส่งเสริมและพัฒนาให้ยั่งยืน เป็นประโยชน์ในการสร้างงาน สร้างรายได้ และพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ จะต้องตระหนักว่า ในการพัฒนาพื้นที่ชนบทใดๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านพื้นที่ 3 ประการต่อไปนี้

1. **พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยว** ต้องเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้แก่ ป่าไม้ น้ำตก ภูเขา ทะเล เป็นต้น

2. **พื้นที่หลัก** หมายถึงพื้นที่ชนบทที่ยังคงสภาพดั้งเดิมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ หมู่บ้านที่ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีเก่าแก่ สวนเกษตร สวนผลไม้ การประมงพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งที่พักแรม Home-stay จะตั้งอยู่ในพื้นที่หลักนี้

3. **พื้นที่สนับสนุน** หมายถึงพื้นที่ใกล้เคียงที่มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่จำเป็น ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ ร้านค้าทั่วไป เป็นต้น ทั้งนี้ องค์ประกอบทั้ง 3 ประการจะสามารถรองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยว Home-stay ซึ่งได้แก่

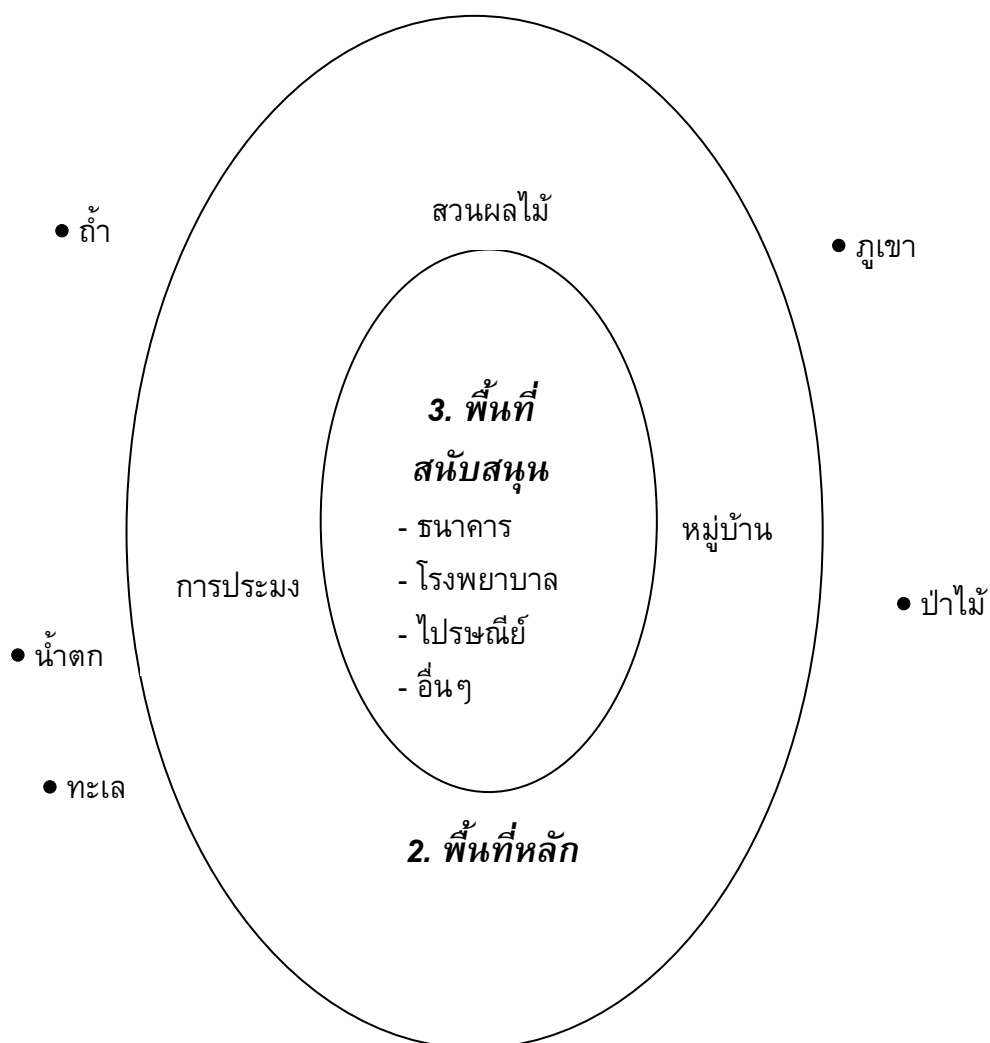
➤ ความต้องการพักแรมในพื้นที่ชนบท ครอบคลุมถึงที่พักแรมประเภทต่างๆ เช่น Home-stay, Guest house, บ้านพักตากอากาศ เป็นต้น

➤ ความต้องการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว

➤ ความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ครอบคลุมถึงธนาคาร โรงพยาบาล สถานีอนามัย การโทรคมนาคม เป็นต้น

ภาพที่ 26: องค์ประกอบด้านพื้นที่ของการท่องเที่ยวชนบท

1. พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยว



ในอดีตที่ผ่านมา พบว่า การพัฒนา Home-stay ในพื้นที่ใดๆ จะไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้เลยหากขาดองค์ประกอบด้านพื้นที่องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง ประเทศไอร์แลนด์ มีตัวอย่างความล้มเหลวในการพัฒนา Home-stay มากมาย โดยส่วนใหญ่เกิดจากการพัฒนาในพื้นที่ที่มีองค์ประกอบไม่ครบถ้วนทั้ง 3 ประการ ตัวอย่างเช่น การพัฒนาพื้นที่มีอยู่ห่างไกลและขาดความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

อาจกล่าวได้ว่า การพัฒนา Home-stay ในพื้นที่ใดๆ จะไม่สามารถประสบผลสำเร็จได้ หากขาดองค์ประกอบด้านพื้นที่องค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่ง ดังเช่นประเทศไอร์แลนด์ที่มีตัวอย่างความล้มเหลวในการพัฒนา Home-stay มากมาย โดยส่วนใหญ่เกิดจากการพัฒนาในพื้นที่ที่มีองค์ประกอบไม่ครบถ้วนทั้ง 3 ประการ ตัวอย่างเช่น การพัฒนาพื้นที่มีอยู่ห่างไกลและขาดความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ

การพัฒนา Home-stay ของประเทศไทยและบทเรียนที่ต้องศึกษาจากประเทศอื่นๆ

จากการศึกษาและสำรวจพื้นที่ Home-stay บางแห่งในประเทศไทย พบว่าการจัด Home-stay ของประเทศไทยมีปัญหาและอุปสรรคได้แก่

1. รายได้ที่ได้รับจากการจัดที่พัก Home-stay อยู่ในระดับต่ำ (ประมาณคืนละ 100-200 บาท/คน/คืน) ไม่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นให้ฟื้นตัวได้ในระยะเวลาอันสั้น
2. ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ปัญหาเครือข่ายการสำรองที่พัก ปัญหาการประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวเอกชนและหน่วยงานของรัฐ ปัญหาการโฆษณาประชาสัมพันธ์และปัญหาการแย่งลูกค้าและการตัดราคากันเองในหมู่เจ้าของ Home-stay
3. ปัญหาด้านระดับความคาดหวังที่แตกต่างกันระหว่างแขกผู้มาพักและเจ้าของบ้าน อันได้แก่ คุณภาพการบริการ คุณภาพของอาหาร ความสะอาดและความปลอดภัย เป็นต้น
4. ปัญหาผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม นอกเหนือจากการสูญเสียความเป็นส่วนตัวแล้ว ในพื้นที่ที่มีการพัฒนา Home-stay บ่อยครั้งพบว่าการบิดเบือนวัฒนธรรมท้องถิ่นเพียงเพื่อวัตถุประสงค์ในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว บางพื้นที่เกิดปัญหาการแข่งขันและแย่งแย่งลูกค้าของเจ้าบ้านอันนำไปสู่ความแตกแยกภายในชุมชน

เป็นที่เข้าใจว่ารัฐบาลมีนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ประการหนึ่งเพื่อกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศโดยใช้ Home-stay เป็นเครื่องมือสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นชนบท แต่จากผลการศึกษาวิจัยที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นว่า ความสำเร็จที่รัฐบาลต้องการนั้นยังอยู่ห่างไกลจากความเป็นจริงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับผลที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ เช่นออสเตรเลีย ไอร์แลนด์ หรือประเทศอื่นๆ ในทวีปยุโรปที่มีการพัฒนา Home-stay ซึ่งใช้เวลานานเกือบ 50 ปี กว่าที่จะประสบผลสำเร็จดังที่เห็นในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะอื่นๆที่เกี่ยวข้อง:

- ทำยที่สุด ผู้วิจัยเสนอแนะว่า หากต้องการจัดการโฮมสเตย์ที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนอย่างแท้จริง จำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐบาล เอกชน และชุมชนท้องถิ่นจะต้องร่วมมือกันอนุรักษ์ “คุณค่า” ของวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตชุมชนแบบ “ดั้งเดิม (Originality and Authenticity)” ไว้ให้ได้ ทั้งนี้ ความร่วมมือกันดังกล่าวจะต้องอาศัยแนวทางหลักๆ 3 ประการต่อไปนี้ ก.) ให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism stakeholders) โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวชาวบ้าน ชุมชน นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเอง เกี่ยวกับผลกระทบต่างๆจากการท่องเที่ยว ข.) ส่งเสริมและสนับสนุนให้ชาวบ้านเข้ามีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นที่ตนเองอาศัยอยู่ โดยเฉพาะความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสิทธิและหน้าที่ของตนเองในการมีส่วนร่วม ดังที่ระบุไว้ในกฎหมายรัฐธรรมนูญ และประกาศสุดท้าย ค.) สร้างภาคีเครือข่ายโฮมสเตย์ (Home-stay Cluster Networking) ให้เกิดขึ้นระหว่างชุมชนต่างๆทั้งใกล้และไกลที่มีการจัดการโฮมสเตย์ และขยายความร่วมมือกันออกไปอย่างไม่หยุดนิ่ง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์-บทเรียนทั้งด้านบวกและด้านลบระหว่างกันและกัน หากทำได้เช่นนี้แล้ว การจัดการโฮมสเตย์ย่อมมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน
- การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชุมชน (Community-based tourism or CBT) นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่นักวิจัยจะต้องสามารถสื่อสารและสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นกับชาวบ้านในชุมชนให้จงได้ หากมิฉะนั้นแล้ว การที่จะได้ข้อมูลเชิงลึกย่อมไม่อาจเกิดขึ้นได้
- ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการโฮมสเตย์ เช่นชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านโฮมสเตย์ มัคคุเทศก์ คนขับเรือฯ เพื่อให้สามารถทำการต้อนรับและบริการนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ทำวิจัยในหัวข้อวิจัยอื่นๆที่จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ผลกระทบจากการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ต่อวัฒนธรรมชุมชน; การจัดการภูมิปัญญาพื้นถิ่นกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์; การพัฒนารูปแบบการให้บริการโฮมสเตย์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและชุมชนท้องถิ่น; การศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์; รูปแบบที่เหมาะสมในการประเมินการจัดการโฮมสเตย์; การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ฯลฯ เป็นต้น

§§§§§§§§§§§§§§§§

บรรณานุกรม
(Bibliography)

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กันตยา เพิ่มผล. (2550). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ของเจ้าหน้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ.** (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2543). **เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2).** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- _____. (2550). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 7).** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัยวุฒิ ชัยพันธ์. (2544). **พัฒนาชนบทยั่งยืน.** สำหรับสาขาเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดารา ทีปะपाल. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 1).** กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ดรรชนี เอมพันธุ์. (2550). **การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดรรชนี เอมพันธุ์ และสุรเชษฐีย์ เชษฐมาศ. (2539). **การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แนวคิด หลักการ และ ความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ในอุทยานแห่งชาติ.** เอกสารประกอบการประชุมสัมมนาอุทยานแห่งชาติกับนันทนาการและการท่องเที่ยวในทศวรรษหน้าเพื่อทรัพยากรยั่งยืน, 27 – 28 พฤษภาคม 2539. กรุงเทพฯ : กรมป่าไม้.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2543). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- บุญชม ศรีสะอาด. (2542). **วิธีทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1-2**. มหาสารคาม : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- _____. (2542). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน** (พิมพ์ครั้งที่ 1). เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปณิศา ลัญชานนท์. (2548). **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. (2540). **สิ่งแวดล้อมและการพัฒนา** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พจนา สอนศรี. (2546). **คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. กรุงเทพฯ : โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พรทิพย์ วีระสวัสดิ์. (2551). **ความรู้ความเข้าใจและความพร้อมของการมีส่วนร่วมและการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเพื่อศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการ ของชุมชนชุมชนประจวบ (ประจวบ หมู่ 1) และชุมชนป้อมเพชร (หอรบไทร หมู่ 1) อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา**. (รายงานการวิจัย). คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- พิมพ์ระวี ไรจน์รุ่งสัจด์. (2553). **การท่องเที่ยวชุมชน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- มูลนิธิพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว. (2544). (เอกสารประกอบการอบรม). **โครงการพัฒนา ศักยภาพผู้นำอาสาสมัครเพื่อพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว รุ่นที่ 1-5**. โครงการ อบรมเชิงปฏิบัติการผู้นำชุมชนและองค์การบริหารส่วนตำบลเพื่อการวางแผนจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน รุ่นที่ 1-5.
- มูลนิธิสิ่งแวดล้อมไทย. (2549). **แผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2548 - 2552)**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสิ่งแวดล้อมไทย.
- ราตรี โตเพ่งพัฒน์. (2543). **ตลาดน้ำ : วิถีชีวิตของเกษตรกรภาคกลาง**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา ลาดพร้าว.
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2553). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : คณะศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- _____. (2551). **การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน** (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ : คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

วีระพล ทองมา และประเจต อำนาจ. (2547). **ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่.** (รายงานการวิจัย) : เชียงใหม่, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค : ฉบับพื้นฐาน.** กรุงเทพฯ : พัฒนาศึกษา.

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2551). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** ขอนแก่น: คัดงานานาวิทยา.

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย. (2540). **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ.** กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2539). **ศูนย์บริการเอกสารการวิจัยแห่งประเทศไทย.** กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ

สุดาตวง เรืองรุจิระ. (2543). **หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 9).** กรุงเทพฯ : พงพลเทรตติ้ง.

สุรเชษฐ์ เศษฐมาสและดรพรณี เอมพันธ์. (2538). **แนวคิดที่เป็นพื้นฐานหรือหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.** กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2545). **หลักและทฤษฎีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 2).**

กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสวี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด.** กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2540). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540-2544.** กรุงเทพมหานคร.

_____ (2545). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 พ.ศ. 2545-2549.**

_____ (2549). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2554.**

_____ (2549). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2554.**

_____ (2549). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2554.**

_____ (2549). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2554.**

สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2552). **คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน (พิมพ์ครั้งที่ 3).**

กรุงเทพฯ : บริษัท ศรีเมืองการพิมพ์ จำกัด.

อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์. (2541). **ผลกระทบของการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงธุรกิจต่อการจัดการทรัพยากรธรรมชาติในภาคเหนือตอนบน เชียงใหม่.** (รายงานการวิจัย) : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (โดยการสนับสนุนงบประมาณปี 2537).

_____. (2548). **การศึกษาชุมชนเชิงพหุลักษณะ: บทเรียนจากวิจัยภาคสนาม.** โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข. กรุงเทพมหานคร.

บทความ

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545, กรกฎาคม-กันยายน). "จัด Home stay อย่างไรไม่ให้ผิดทาง". คู่มือแนวทางการจัดการที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท. **จลสารการท่องเที่ยว ปีที่ 21, 3.**
- พิภพ อุดม. (2537, ตุลาคม-ธันวาคม). "การตลาดสำหรับธนาคาร". **วารสารบริหารธุรกิจ, ปีที่ 17, 66.** หน้า 62.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2539, มกราคม-มีนาคม). "มาช่วยกันส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กันเถิด". **จลสารการท่องเที่ยว ปีที่ 15,1.** หน้า 53-56.
- ภิญญา โสแสงแก้ว. (2545, มกราคม-มีนาคม). "การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสำหรับประเทศไทย". **จลสารการท่องเที่ยว ปีที่ 21,1.** หน้า 31-37.
- วิลาวัลย์ ภมรสวรรณ. (2553, พฤศจิกายน-ธันวาคม). "แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาชุมชนริมน้ำดั้งเดิมในพื้นที่เทศบาลตำบลอัมพวาและบริเวณใกล้เคียง จังหวัดสมุทรสงคราม". **วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ ปีที่ 3, 2.** หน้า 5-15.
- ศรัณพร ชวนเกริกกุล. (2551). "การเปิดรับข่าวสาร ปัจจัยจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จังหวัดสมุทรสงคราม". **บทความการวิจัย. โครงการสัมมนาเครือข่ายวิชาการ-วิจัย สายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2.** กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก.
- สุวันชัย หวนนากลาง. (2548, ธันวาคม). "การท่องเที่ยวทางเลือก - ทางเลือกของไทย". **มติชนรายวัน ปีที่ 28, 10148.** หน้า 5-6.
- เหมือนพิมพ์ สุวรรณภาศ. (16 พฤษภาคม 2554). "ตลาดน้ำ ความต้องการจากคนใน". **รวมบทความมูลนิธิเล็ก-ประไพ วิริยะพันธุ์.**

วิทยานิพนธ์

ทวีป ศิริวิศมี และคณะ. (2553). การเพิ่มศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ ของกรุงเทพฯ ด้วยการวัดเปรียบเทียบกับสิงคโปร์และฮ่องกง. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

ทองหยด สนวนทอง. (2540). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน. วิทยานิพนธ์ สคม. (สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

ทัชชะพงศ์ อัสวพรหมธาดา. (2550). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. สารนิพนธ์ สาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นครินทร์ ชัยแก้ว. (2545). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ : พัฒนาการรูปแบบการจัดการ และศักยภาพในการพัฒนาที่ยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิรันดร์ ทัพไชย. (2545). เอกสารประกอบการสอนวิชาการกลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหน่วยที่ 1-8. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ประกอบศิริ ภัคดีพิณีจ. (2550). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา การท่องเที่ยวทางน้ำชุมชนริมคลองตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สาขาวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล.

พรนภา ธนโพธิวิรัตน์. (2551). การเปรียบเทียบปัจจัยดึงดูดที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวตลาดน้ำดอนหวายและตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พลอยชมพู ลีติยาภรณ์. (2553). การสื่อสารชุมชนท่องเที่ยวยั่งยืนกรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำคลองลัดมะยม. วิทยานิพนธ์, วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พัชรา ลามลือชัย. (2546). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี และตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพมหานคร.

มนัสสา จินต์จันทรวงศ์. (2549). **รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทางบกของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย.** งานวิจัยบุคลากร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

มัลลิกา เกื้อปัญญา. (2542). **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการ สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง.** การศึกษาค้นคว้าอิสระ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รัตนภรณ์ สุขเกษม. (2553). **การศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจในระบบงาน คุณภาพของธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร : กรณีศึกษา สาขาเวียงชัย จังหวัดเชียงราย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

วนิดา วรรณเจริญ. (2540). **สภาพปัจจุบันและความคาดหวังในด้านสวัสดิการของครูประถมศึกษา ของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร ในเขตคลองเตยและเขตคลองเตยสาขา 1.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุนันทา หลบภัย. (2543). **จิตสำนึกในการอนุรักษ์ตลาดน้ำดำเนินสะดวกของผู้ประกอบการค้า บริเวณตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี.** วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (สิ่งแวดล้อม). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

อัครฤทธิ์ หอมประเสริฐ. (2543). **การศึกษาพฤติกรรมและ ความคิดเห็นที่มีต่อการบริโภคอาหาร ฟาสต์ฟู้ด ประเภทธุรกิจแฟรนไชส์ ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ กศ.ม (ธุรกิจศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

แหล่งสืบอิเล็กทรอนิกส์

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). **ประกาศคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ เรื่อง แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555- 2559. สืบค้นเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2554, จาก <http://www.mots.go.th/>**

กรมการท่องเที่ยว. (2554). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปี 2548-2553. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม 2554, จาก <http://tourism.go.th/2010/th/home/index.php>**

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). ทิศทางแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (ฉบับชุมชน), แผน 11...สู่สังคมแห่งความสุขอย่างมีภูมิคุ้มกัน. สืบค้นเมื่อ วันที่ 18 กันยายน 2554, จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395> โอลิมปิกออนไลน์, (12 มีนาคม 2552). การพัฒนาที่ยั่งยืน. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2554, จาก <http://www.oknation.net/blog/lek1/2009/03/10/entry-1> องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. การท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นเมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2554 , จาก <http://www.dasta.or.th>

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

- Abraham Harold and Maslow. (1954). **Motivation and Personality**. New York : Harper & Row.
- Abraham Pizam and Yoel Mansfeld. (2000). **Consumer behavior in travel and tourism**. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Brian Boniface and Chris Cooper. (2009). **Cohen's Classification of tourists**. Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism. 5th ed. London: Elsevier Ltd.
- Broom, H. Victor. (1970). Industrial Social Psychology. **Management and Motivation**. Harmonworht : Penquin Books LTD.
- Butler, R.W. (1980). **The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution : Implications for the Management of Resource**. Canadian Geographer 24, 5-12.
- Cooper, Chris., Fletchet, J., Fyall, A., Gilbert, D and Wanhil, Stephen. (2005). **Tourism Principle & Practice (3rd ed.)**. Harlow: Pearson Education Limited.
- De Cecco, J.P. (1967). **The Psychology of Language**. Thought and Instruction. New York: Holt Runchart and Winston.
- Finn, D. (1921). **Corporate Oligarchy**. New York. : Simon and Schuster.

- Gareth Shaw and Allan M. Williams. (2002). **Critical Issues in Tourism : A geographical Perspective**. Oxford, UK. Blackwell Publishers Ltd.,
- Getzels, J.W., M. Jackson and W. Philip. (1968) . **Educational Administration as a Social Process**. New York: Harper & Row.
- Hector Ceballos-Lascurain. (1998). **Tourism, ecotourism and protected areas** . Paks. 2(3) : 31- 35.
- Kotler, Philip. (1991). **Model of Buyer Behavior**. Marketing Management: Analysis, Planning, Implements, and Control.: Prentice-Hall, Inc.
- _____. (1996). **Major Actors Inflaming Buying Behavior**. Marketing for Hospitality and Tourism. : Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, Philip., Browen, John., and Makens, James. (1999). **Marketing for Hospitality and Tourism (2nd ed)**. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Lewis, R. C., & Chambers, R. E. (1989). **Marketing leadership in hospitality**. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Middleton, Victor T.C. (1994). **Marketing in Travel and Tourism**. 2nd ed. Oxford : Heinemann Professional Publishing.
- Mondy, R.W., A.shaplin and R.S. Premeaue. (1990). **Management and Organization Behavior**. London : Allyn and Saron.
- Swarbrooke, John. (1999). **Sustainable Tourism Management**. Oxford: CABI Publishing.
- Timothy, D.J. (2002). **Tourism and Community Development issues**. In R. Sharpley & D.J. Telfer (Eds.), *Tourism and development : Concept and Issues* (pp. 149-164). UK : Channel View Publications.
- Vroom, V. H. (1970). **Management and Motivation**. Industrial Social Psychology. New York : Mcgrow–Hill Book Company.
- Young , George. (1973). **Tourism : Blessing or Blight?** Maryland : Penguin Book Inc.

ARTICLES

- Butler, R.W. (1980). “The concept of Tourism area cycle of evolution : Implications for management of resources”. **Conation Geographer**, 24. pp.5-12.

- Chu, R. K. S., & Choi, T. (2000). "An importance-performance analysis of hotel selection factors in the Hong Kong hotel industry: A comparison of business and leisure travelers". **Tourism Management**, **21(4)**, August, 2000. pp.363–377.
- Evans, M. R., & Chon, K. S. (1989). "Formulating and evaluating tourism policy using importance-performance analysis". **Hospitality Education and Research Journal**, **13**. pp.203-213.
- Harris, W.R. (2009). "Tourism in Bario, Sarawak, Malaysia: A case study of pro-poor community-based tourism integrated into community development". **Asia Pacific Journal of Tourism Research**. **14(2)**, June ,2009. pp.124 - 135.
- Hawes, J.M. and Rao, C.P.(1985). "Using importance-performance analysis to develop health care marketing strategies". **Journal of Health Care Marketing**, **5(4)**. pp.19-25.
- Martin, D. W. (1995). "An importance-performance analysis of service providers' perception of quality service in the hotel industry". **Journal of Hospitality & Leisure Marketing**, **3(1)**. pp. 5-17.
- Martilla, J.A. and James, J.C. (1977). "Importance-Performance Analysis". **The Journal of Marketing**. **41(1)**, January, 1977. pp.77-79.
- Pearce, P. L . (1980). "Host community acceptance of foreign tourist". **Annals of Tourism Research**, **7**, 224-238.
- Pizam , A. (1987). "Tourism's Impacts: The social costs to the destination community as perceived by its residents". **Journal of Travel Research**, **16(4)**, 8-12.
- Rosentraub, M. S., & Joo, M. (2009). "Tourism and economic development : Which investments produce gains for regions? ". **Tourism Management**. **30(5)**, October ,2009, 759-770.
- Tourism and the Environment Task Force. (1991). "Tourism and the Environment : Maintaining the Balance". (5), 57.
- Tyrrell, Timothy J. and Mark J. Okrant."Importance-Performance Analysis: Some Recommendations from an Economic Planning Perspective". **Tourism Analysis**. **9(2)**, 2004, 63-76.
- Zhang, H.Q. and Chow, I., 2004. "Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong". **Tourism Management**. **25(1)**, 81-91.

ELECTRONIC SOURCES

- UNWTO. (2011a). **Sustainable development of tourism**. Paper presented at the Workshop "Toward Sustainable Tourism", Honduras. Retrived September 22, 2011, from <http://statistics.unwto.org/en/event/5th-unwto-international-conference-tourism-statistics-tourism-engine-employment-creation>
- World Economic Forum. (2009). **The Travel & Competitiveness 2009 Asia Pacific**. Retrived July 12, 2011, from <http://www.weforum.org>
- _____. (2011). **The Travel & Competitiveness 2011 Asia Pacific**. Retrived July 12, 2011, from <http://www.weforum.org>
- World Tourism Organization. (2007). **Tourism 2020 vision**. Retrived July 12, 2011, from <http://www.world-tourism.org/facts/menu.html>

ภาคผนวก
(Appendices)

ฉบับที่ _____

แบบสอบถาม

เรื่อง: ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวแบบ Homestay ที่บ้านทรงไทย อำเภอปลายโงงพวง จังหวัดสมุทรสงคราม

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงวิธีการจัดการการท่องเที่ยวแบบ Homestay ที่บ้านทรงไทย ปลายโงงพวง สมุทรสงคราม ให้เกิดความยั่งยืนต่อไป แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 7 ส่วน คือ

- ส่วนที่ 1: เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2: เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ส่วนที่ 3: เกี่ยวกับการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ส่วนที่ 4: เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ส่วนที่ 5: เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
- ส่วนที่ 6: เกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์
- ส่วนที่ 7: เกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบพระคุณที่กรุณาช่วยตอบ

แบบสอบถาม

สุวันชัย หวนนากลาง

นักวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ทับตัวเลขที่อยู่หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียง 1 ข้อ

1. เพศ
 - (1) ชาย
 - (2) หญิง
2. อายุ
 - (1) 15-24 ปี
 - (2) 25-34 ปี
 - (3) 35-44 ปี
 - (4) 45-54 ปี
 - (5) 55 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพการสมรส
 - (1) โสด
 - (2) สมรส
 - (3) หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา
 - (1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย
 - (2) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
 - (3) อนุปริญญา/ปวส.
 - (4) ปริญญาตรี
 - (5) สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ
 - (1) นักเรียน/นักศึกษา
 - (2) รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - (3) พนักงานบริษัท
 - (4) ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
 - (5) แม่บ้าน/ไม่ประกอบอาชีพ
 - (6) อื่นๆ (ระบุ) _____
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 - (1) ไม่เกิน 10,000 บาท
 - (2) 10,001 - 20,000 บาท
 - (3) 20,001 - 30,000 บาท
 - (4) 30,001 - 40,000 บาท
 - (5) 40,001 บาทขึ้นไป
7. ท่านมีภูมิลำเนาอยู่ภาคใด
 - (1) ภาคกลาง
 - (2) ภาคเหนือ
 - (3) ภาคใต้
 - (4) ภาคตะวันออก
 - (5) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**สำหรับ
ผู้วิจัย**

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

ส่วนที่ 2: ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ โสมสเดย์

กรุณาทำเครื่องหมาย (/) ในวงเล็บหน้าข้อ ก.หรือข้อ ข. ที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

8. การพักโสมสเดย์ต้องพักร่วมบ้านเดียวกับเจ้าบ้าน **ใช่หรือไม่?** (1) ก. ใช่ (2) ข. ไม่ใช่
9. การพักโสมสเดย์ทำให้ได้เรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน **ใช่หรือไม่?** (1) ก. ใช่ (2) ข. ไม่ใช่
10. การพักโสมสเดย์ก็เหมือนกับการพักค้างคืนประเภทหนึ่ง **ใช่หรือไม่?** (1) ก. ใช่ (2) ข. ไม่ใช่
11. การท่องเที่ยวแบบโสมสเดย์เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ **ใช่หรือไม่?** (1) ก. ใช่ (2) ข. ไม่ใช่
12. การไปโสมสเดย์ทำให้ได้เรียนรู้จากกันและกันกับเจ้าบ้าน **ใช่หรือไม่?** (1) ก. ใช่ (2) ข. ไม่ใช่
13. การไปโสมสเดย์ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม **ใช่หรือไม่?** (1) ก. ใช่ (2) ข. ไม่ใช่
14. โสมสเดย์เปลี่ยนนักท่องเที่ยวเป็นเสมือนหนึ่งสมาชิกในบ้าน **ใช่หรือไม่?** (1) ก. ใช่ (2) ข. ไม่ใช่

ส่วนที่ 3: การรับรู้เกี่ยวกับ โสมสเดย์

15. ท่านทราบเกี่ยวกับโสมสเดย์บ้านทรงไทยจากที่ใด

- (1) หนังสือพิมพ์ (2) นิตยสาร
(3) วิทยุ (4) โทรทัศน์ (5) อื่นๆ (ระบุ) _____

16. ปกติท่านรับรู้เกี่ยวกับโสมสเดย์ทุกๆไปจากที่ใดบ่อยที่สุด

- (1) หนังสือพิมพ์ (2) นิตยสาร
(3) วิทยุ (4) โทรทัศน์ (5) อื่นๆ (ระบุ) _____

ส่วนที่ 4: แรงจูงใจการท่องเที่ยวแบบ โสมสเดย์

17. แรงจูงใจที่ทำให้ท่านอยากมาเที่ยวแบบโสมสเดย์ที่นี่เพราะอะไร

- (1) ประหยัดค่าใช้จ่าย (2) ต้องการดูสิ่งหาย
(3) ต้องการพักในบ้านทรงไทย (4) ภาพยนตร์เรื่อง "คู่กรรม" (5) อื่นๆ (ระบุ) _____

18. วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวโสมสเดย์ที่ปลายโพงพางครั้งนี้คือ

- (1) เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น
(2) เพื่อสัมผัสบรรยากาศการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติแบบชนบท
(3) เพื่อชมสิ่งหายและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ
(4) เพื่อพักผ่อนและคลายเครียด (5) อื่นๆ (ระบุ) _____

19. สิ่งที่ท่านได้รับมากที่สุดจากโสมสเดย์ครั้งนี้

- (1) เข้าใจวิถีชีวิตชาวชนบทดีขึ้น (2) ความเพลิดเพลินสนุกสนาน
(3) ได้เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชุมชน (4) ความประทับใจในมิตรไมตรีจากชุมชน
(5) อื่นๆ (ระบุ) _____

สำหรับ

ผู้วิจัย

8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19.

20. สิ่งที่ท่านคาดหวังมากที่สุดจากการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
 (1) ได้สนทนากับเจ้าของบ้าน (2) ได้ชิมหิ้งห้อย
 (3) ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น (4) ได้สัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ (5) อื่นๆ (ระบุ) _____
21. หากบ้านพักที่นี่ไม่เป็นบ้านทรงไทย ท่านจะมาโฮมสเตย์หรือไม่
 (1) มา (2) ไม่มา
22. หากที่นี่ไม่หิ้งห้อยให้ชิม ท่านจะมาโฮมสเตย์หรือไม่
 (1) มา (2) ไม่มา
23. ท่านจะมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่นี่ในอนาคตอีกหรือไม่
 (1) มา (2) ไม่มา

ส่วนที่ 5: พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

24. ท่านมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่นี่ในลักษณะใด
 (1) มาคนเดียว (2) มากับญาติมิตร
 (3) มากับครอบครัว (4) มากับบริษัททัวร์ (5) อื่นๆ (ระบุ) _____
25. ท่านเคยท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ มาก่อนหรือไม่
 (1) เคย (2) ไม่เคย
26. ท่านเคยมาโฮมสเตย์ที่บ้านทรงไทยปลายโพงพางกี่ครั้งแล้ว
 (1) ครั้งนี้เป็นครั้งแรก (2) 2-3 ครั้ง
 (3) 4-5 ครั้ง (4) มากกว่า 5 ครั้ง
27. วัตถุประสงค์หลักในการมาเที่ยวโฮมสเตย์ที่ปลายโพงพางครั้งนี้คือ
 (1) เพื่อศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น
 (2) เพื่อชิมหิ้งห้อยและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ
 (3) เพื่อพักผ่อนคลายเครียด (4) เพื่อสัมผัสบรรยากาศการท่องเที่ยวธรรมชาติแบบ
 ชนบท (5) อื่นๆ (ระบุ) _____
28. สิ่งที่ท่านได้รับมากที่สุดจากโฮมสเตย์ครั้งนี้
 (1) เข้าใจวิถีชีวิตชาวชนบทดีขึ้น (2) ความเพลิดเพลินสนุกสนาน
 (3) สามารถปรับตัวให้อยู่สบายได้ (4) บรรยากาศเป็นชนบท (5) อื่นๆ (ระบุ) _____
29. สิ่งที่ท่านคาดหวังมากที่สุดจากการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
 (1) ได้สนทนากับเจ้าของบ้าน (2) ได้ชิมหิ้งห้อย
 (3) ได้เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น (4) ได้สัมผัสธรรมชาติบริสุทธิ์ (5) อื่นๆ (ระบุ) _____

สำหรับ
ผู้วิจัย

20.

21.

22.

23.

24.

25.

26.

27.

28.

29.

ส่วนที่ 6 : ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่บ้านทรงไทย ปลายโพพงพาง สมุทรสงคราม

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ บ้านทรงไทยปลายโพพงพาง สมุทรสงคราม

| ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่บ้านทรงไทย ปลายโพพงพาง สมุทรสงคราม | ระดับความสำคัญของปัจจัยที่ใช้พิจารณา | | | | |
|---|--------------------------------------|------------|----------------|-------------|-------------------|
| | มากที่สุด
(5) | มาก
(4) | ปานกลาง
(3) | น้อย
(2) | น้อยที่สุด
(1) |
| 30. สินค้าและบริการแบบโฮมสเตย์ | | | | | |
| 1. บ้านพักมีบรรยากาศดี | | | | | |
| 2. อาหารรสชาติถูกปาก | | | | | |
| 3. โปรแกรมนำเที่ยวน่าสนใจ | | | | | |
| 4. อธิบายค่าใช้จ่ายของบ้านเป็นกันเอง | | | | | |
| 5. สินค้าของที่ระลึกมีราคาเหมาะสม | | | | | |
| 6. การนำชมหิ้งห้อยน่าประทับใจ | | | | | |
| 7. นำชมสวนผลไม้ทำให้ได้ผ่อนคลาย | | | | | |
| 31. ราคาสินค้าและบริการในโฮมสเตย์ | | | | | |
| 8. ที่พัก-อาหารมีราคาเหมาะสม | | | | | |
| 10. สินค้าของที่ระลึกมีราคาสมเหตุสมผล | | | | | |
| 11. รายการนำเที่ยวน่าสนใจมีราคาเหมาะสม | | | | | |
| 12. ผลไม้มีราคาสมเหตุสมผล | | | | | |
| 32. สถานที่ติดต่อบริการในโฮมสเตย์ | | | | | |
| 13. การจองทางโทรศัพท์สะดวกรวดเร็ว | | | | | |
| 33. สื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์ | | | | | |
| 14. โฆษณาทางโทรทัศน์ | | | | | |
| 15. โฆษณาทางวิทยุ | | | | | |

| | | | | | |
|----------------------------|--|--|--|--|--|
| 16. หนังสือพิมพ์/ นิตยสาร | | | | | |
| 17. แผ่นพับ/ ป้ายโฆษณา | | | | | |
| 18. เว็บไซต์/ อินเทอร์เน็ต | | | | | |

ส่วนที่ 7: ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

19. เกี่ยวกับสินค้าและบริการแบบโฮมสเตย์

.....

.....

.....

.....

20. เกี่ยวกับราคาสินค้าและบริการในโฮมสเตย์

.....

.....

.....

.....

.....

21. เกี่ยวกับสื่อโฆษณา/ประชาสัมพันธ์โฮมสเตย์

.....

.....

22. เกี่ยวกับเรื่องอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

(หมายเหตุ: ตารางที่ 1 อยู่หน้า 21; ตารางที่ 2 อยู่หน้า 40)

ตารางที่ 3: ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยงที่ตอบแบบสอบถาม (n=400)

| | ลักษณะนักท่องเที่ยว | จำนวน (ร้อยละ) |
|-----------------|--------------------------------|----------------|
| 1.เพศ | :ชาย | 124(31.0) |
| | หญิง | 276(69.0) |
| | รวม | 400 |
| 2.อายุ | :15 – 24 ปี | 221(55.3) |
| | 25 – 34 ปี | 71(17.8) |
| | 35 – 44 ปี | 36(9.0) |
| | 45 – 55 ปี | 44(11.0) |
| | 55 ปีขึ้นไป | 28(7.0) |
| | รวม | 400 |
| 3.สถานภาพสมรส | : โสด | 284(71.0) |
| | สมรส | 96(24.0) |
| | หย่าร้าง/แยกกันอยู่ | 7(1.8) |
| | หม้าย | 13(3.3) |
| | รวม | 400 |
| 4.ระดับการศึกษา | : ต่ำกว่าประถมศึกษา/ประถมศึกษา | 13(3.3) |
| | มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. | 69(17.3) |
| | มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. | 12(3.0) |
| | ปริญญาตรี | 266(66.8) |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 38(9.5) |
| | ไม่ตอบ (จำนวน) | (2) |
| | รวม | 398 |

ตารางที่ 3(ต่อ): ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม (n=400)

| | ลักษณะนักท่องเที่ยว | จำนวน (ร้อยละ) |
|------------------|------------------------------|----------------|
| 5.อาชีพ | :นักเรียน/นักศึกษา | 210(52.5) |
| | ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | 60(15.0) |
| | พนักงานบริษัท | 54(13.5) |
| | ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย | 41(10.3) |
| | แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ | 17(4.3) |
| | อื่นๆ | 18(4.5) |
| | รวม | 400 |
| 6.รายได้ต่อเดือน | :ไม่เกิน 10,000 บาท | 239(60.7) |
| | 10,001 – 20,000 บาท | 62(15.7) |
| | 20,001 – 30,000 บาท | 52(13.2) |
| | 30,001 – 40,000 บาท | 25(6.3) |
| | มากกว่า 40,000 บาท | 16(4.1) |
| | ไม่ตอบ (จำนวน) | (6) |
| | รวม | 394 |
| 7.ภูมิภาค | : ภาคกลาง | 179(45.0) |
| | ภาคเหนือ | 74(18.6) |
| | ภาคใต้ | 121(30.4) |
| | ภาคตะวันออก | 5(1.3) |
| | ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 19(4.8) |
| | ไม่ตอบ (จำนวน) | (2) |
| | รวม | 398 |

ตารางที่ 4: ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (n=400)

| | จำนวน(ร้อยละ) |
|---|---------------|
| 8.การพักโฮมสเตย์จำเป็นต้องอยู่บ้านเดียวกับเจ้าของบ้าน ใช่หรือไม่ | |
| ใช่ | 303(76.9) |
| ไม่ใช่ | 91(23.1) |
| ไม่แน่ใจ (จำนวน) | (6) |
| รวม | 394(100.0) |
| 9.การพักโฮมสเตย์ทำให้ได้เรียนรู้วิถีชุมชน ใช่หรือไม่ | |
| ใช่ | 372(94.4) |
| ไม่ใช่ | 22(5.6) |
| ไม่แน่ใจ (จำนวน) | (6) |
| รวม | 394(100.0) |
| 10.การพักโฮมสเตย์ก็คล้ายกับพักโรงแรมหรือบังกะโล ใช่หรือไม่ | |
| ใช่ | 118(29.9) |
| ไม่ใช่ | 276(70.1) |
| ไม่แน่ใจ (จำนวน) | (6) |
| รวม | 394(100.0) |
| 11.การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ใช่หรือไม่ | |
| ใช่ | 358(90.9) |
| ไม่ใช่ | 36(9.1) |
| ไม่แน่ใจ (จำนวน) | (6) |
| รวม | 394(100.0) |
| 12.การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ทำให้ได้เรียนรู้จากกันและกันกับเจ้าของบ้าน ใช่หรือไม่ | |
| ใช่ | 363(92.4) |
| ไม่ใช่ | 30(7.6) |
| ไม่แน่ใจ (จำนวน) | (7) |
| รวม | 393(100.0) |

ตารางที่ 4(ต่อ): ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (n=400)

| | จำนวน(ร้อยละ) |
|--|---------------|
| 13.การไปโฮมสเตย์ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ใช่หรือไม่ | |
| ใช่ | 352(89.3) |
| ไม่ใช่ | 42(10.7) |
| ไม่แน่ใจ (จำนวน) | (6) |
| รวม | 394(100.0) |
| 14.โฮมสเตย์ทำให้นักท่องเที่ยวเป็นเสมือนสมาชิกของบ้าน ใช่หรือไม่ | |
| ใช่ | 355(90.1) |
| ไม่ใช่ | 39(9.9) |
| ไม่แน่ใจ (จำนวน) | (6) |
| รวม | 394(100.0) |

ตารางที่ 5: การรับรู้เกี่ยวกับโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (n=400)

| | จำนวน(ร้อยละ) |
|---|---------------|
| 15.ท่านทราบเกี่ยวกับโฮมสเตย์บ้านทรงไทยจากที่ใด | |
| หนังสือพิมพ์ | 18(4.5) |
| นิตยสาร | 88(22.0) |
| วิทยุ | 13(3.3) |
| โทรทัศน์ | 188(47.4) |
| การบอกปากต่อปากที่มหาวิทยาลัย | 12(3.0) |
| อาจารย์แนะนำ | 9(2.3) |
| เพื่อนแนะนำ | 39(9.8) |
| อินเทอร์เน็ต | 30(7.6) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (3) |
| รวม | 397(100.0) |
| 16.ท่านทราบเกี่ยวกับโฮมสเตย์ทั่วไปจากที่ใด | |
| หนังสือพิมพ์ | 16(4.0) |
| นิตยสาร | 103(25.8) |
| วิทยุ | 14(3.5) |
| โทรทัศน์ | 190(47.5) |
| การบอกปากต่อปากที่มหาวิทยาลัย | 25(6.3) |
| อาจารย์แนะนำ | 2(0.5) |
| เพื่อนแนะนำ | 14(3.5) |
| อินเทอร์เน็ต | 39(9.0) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |

ตารางที่ 6: แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (n=400)

| | จำนวน(ร้อยละ) |
|---|---------------|
| 17.สาเหตุที่ทำให้อยากมาท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านทรงไทยมากที่สุด | |

| | |
|--|------------|
| ต้องการประหยัดค่าที่พัก | 88(22.0) |
| อยากรู้ว่าโฮมสเตย์เป็นอย่างไร | 206(51.5) |
| ต้องการพักในบ้านทรงไทย | 50(12.5) |
| ฉากซึ่งๆ ใต้ต้นลำพูจากภาพยนตร์เรื่อง “คู่กรรม” | 28(7.0) |
| ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติ | 20(5.0) |
| ต้องการดูหิ่งห้อย | 4(1.0) |
| ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม | 4(1.0) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |
| 18. อิทธิพลต่อการตัดสินใจมาโฮมสเตย์มากที่สุด | |
| เพื่อนและญาติพี่น้อง | 168(42.0) |
| หนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ | 47(11.8) |
| ทีวี | 46(11.5) |
| คำพูดปากต่อปาก | 116(29.0) |
| อยากลองอยากรู้ อยากเห็น | 8(2.0) |
| อยากเที่ยว | 2(0.5) |
| ชอบความเป็นส่วนตัว | 3(0.8) |
| ทัศนศึกษา | 10(2.5) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |
| 19. สิ่งที่คาดหวังที่สุดจากการมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่นี่ | |
| ได้สัมผัสชีวิตแบบชนบท | 180(45.0) |
| ได้ชมหิ่งห้อย | 61(15.3) |
| ได้ศึกษาวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น | 95(23.8) |
| ได้สัมผัสธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อมที่สะอาด | 61(15.3) |
| พักผ่อน | 3(0.8) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |

ตารางที่ 6(ต่อ): แรงจูงใจในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (n=400)

| | จำนวน(ร้อยละ) |
|--|---------------|
| 20. สิ่งที่ท่านได้มากที่สุดจากการมาโฮมสเตย์ครั้งนี้ | |
| ได้สัมผัสชีวิตแบบชนบท | 162(40.5) |
| ได้ชิมหิงห้อย | 64(16.0) |
| ได้ศึกษาวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น | 123(30.8) |
| ได้สัมผัสธรรมชาติ-สิ่งแวดล้อมที่สะอาด | 46(11.5) |
| พักผ่อน | 5(1.3) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |
| 21. หากที่พักที่นี่ไม่เป็นบ้านทรงไทยท่านจะมาโฮมสเตย์หรือไม่ | |
| มา | 328(81.3) |
| ไม่มา | 75(18.8) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |
| 22. หากที่นี่ไม่มีหิงห้อยท่านจะมาโฮมสเตย์หรือไม่ | |
| มา | 282(70.7) |
| ไม่มา | 117(29.3) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (1) |
| รวม | 399(100.0) |
| 23. ท่านจะมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่นี่ในอนาคตหรือไม่ | |
| มา | 388(97.2) |
| ไม่มา | 11(2.8) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (1) |
| รวม | 399(100.0) |

ตารางที่ 7: พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (n=400)

| | จำนวน(ร้อยละ) |
|--|---------------|
| 24. ท่านเคยมาท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์มาก่อนหรือไม่ | |
| เคย | 91(22.8) |
| ไม่เคย | 309(77.3) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |
| 25. ท่านเคยมาโฮมสเตย์ปลายทางกี่ครั้ง | |
| ครั้งนี้เป็นครั้งแรก | 341(85.3) |
| 2 ครั้ง | 52(13.0) |
| 3 ครั้ง | 5(1.3) |
| มากกว่า 3 ครั้ง | 2(0.5) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |
| 26. ท่านมาโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายทางกับใคร | |
| มาคนเดียว | 36(9.0) |
| เพื่อน/ญาติ | 290(72.5) |
| ครอบครัว | 50(12.5) |
| บริษัททัวร์ | 24(6.0) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |
| 27. ท่านเดินทางมาโฮมสเตย์บ้านทรงไทยปลายทางอย่างไร | |
| รถยนต์ส่วนตัว | 118(29.5) |
| รถโดยสารประจำทาง | 30(7.5) |
| รถเช่า | 149(37.3) |
| รถโค้ชปรับอากาศ | 103(25.8) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |

ตารางที่ 7(ต่อ): พฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว (n=400)

| | จำนวน(ร้อยละ) |
|---|---------------|
| 28.วัตถุประสงค์ที่ท่านมาโฮมสเตย์บ้านทรงไทยคือ | |
| สัมมนา | 71(17.8) |
| ทัศนศึกษา | 174(43.5) |
| พักผ่อนหย่อนใจ | 151(37.8) |
| ทำธุรกิจ | 3(0.8) |
| อื่นๆ | 1(0.3) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |
| 29.กิจกรรมที่ท่านชอบมากที่สุดในการมาพักโฮมสเตย์บ้านทรงไทยคือ | |
| การนั่งเรือชมหิ่งห้อย | 252(63.0) |
| การนั่งเรือชมสวนผลไม้ | 34(8.5) |
| การนั่งเรือเที่ยววัดวาอาราม | 52(13.0) |
| การใส่บาตรพระที่พายเรือมาบิณฑบาต | 55(13.8) |
| การเที่ยวตลาดน้ำ | 6(1.5) |
| การสร้างมิตรภาพกับเจ้าของบ้าน | 1(0.3) |
| ไม่ตอบ (จำนวน) | (0) |
| รวม | 400(100.0) |

ตารางที่ 8: ความคิดเห็นต่อประสิทธิภาพการจัดการโฮมสเตย์บ้านทรงไทย (n=400)

| ข้อคำถาม | range | \bar{x} | SD |
|---|-------|-----------|-----|
| 30.ด้านบ้านพักและการให้บริการ | 2 – 5 | 4.14 | .73 |
| 1. บ้านพักน่าอยู่และมีบรรยากาศดี | | | |
| 2. ห้องน้ำห้องส้วมสะอาดถูกสุขลักษณะ | 1 – 5 | 3.93 | .78 |
| 3. อาหารพื้นบ้านมีรสชาติอร่อย | 1 – 5 | 4.06 | .83 |
| 4. โปรแกรมนำเที่ยวน่าสนใจ | 1 – 5 | 3.96 | .81 |
| 5. อธิบายของเจ้าของบ้านเป็นกันเอง | 1 – 5 | 4.24 | .73 |
| 6. สินค้าของที่ระลึกมีราคาเหมาะสม | 1 – 5 | 3.76 | .84 |
| 7. ไกด์นำชมแหล่งท่องเที่ยวได้ดี | 1 – 5 | 3.70 | .83 |
| 31.ด้านราคาบ้านพักและค่าบริการ | | | |
| 8. ที่พัก – อาหารมีราคาเหมาะสม | 1 – 5 | 3.79 | .73 |
| 9. ผลไม้/ของที่ระลึกมีราคาสมเหตุสมผล | 1 – 5 | 3.73 | .71 |
| 10. รายการนำเที่ยวมีราคาเหมาะสม | 1 – 5 | 3.74 | .73 |
| 11. ค่าบริการเรือนำเที่ยวสมเหตุสมผล | 1 – 5 | 3.76 | .73 |
| 32.ด้านการติดต่อของโฮมสเตย์ | | | |
| 12. การจองทางโทรศัพท์ | 1 – 5 | 3.90 | .69 |
| 13. การจองทางแฟกซ์ | 1 – 5 | 3.79 | .71 |
| 33.ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ | | | |
| 14. บ้านทรงไทยได้เข้าร่วมนิทรรศการท่องเที่ยวเสมอๆ | 1 – 5 | 3.72 | .80 |
| 15. บ้านทรงไทยได้ประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์/
นิตยสาร/วิทยุ/ทีวี เสมอ | 1 – 5 | 3.67 | .83 |
| 16. บ้านทรงไทยได้ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์เสมอ | 1 – 5 | 3.74 | .77 |

ตารางที่ 9: สถิติที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม (1มค.-31 ธ.ค. 2550)

| | ไทย | ต่างชาติ | รวมทั้งสิ้น |
|--------------------------------------|----------|----------|-------------|
| จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือน: (คน) | 432,688 | 19,910 | 452,598 |
| - นักท่องเที่ยว * | 152,624 | 2,094 | 154,718 |
| - นักทัศนอาจร ** | 280,064 | 17,816 | 297,880 |
| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน (บาท) | 657 | 831.19 | 664.42 |
| - นักท่องเที่ยว | 1,442.60 | 1,157.44 | 749.04 |
| - นักทัศนอาจร | 595.23 | 772.34 | 605.82 |
| รายได้จาก: (ล้านบาท) | 317.47 | 17.48 | 334.95 |
| - นักท่องเที่ยว | 150.77 | 3.72 | 154.49 |
| - นักทัศนอาจร | 166.70 | 13.76 | 180.46 |
| ระยะเวลาพักเฉลี่ย: (วัน) | 1.33 | 1.53 | 1.33 |
| นักท่องเที่ยวกับยานพาหนะที่ใช้: (คน) | 432,688 | 19,910 | 452,598 |
| - รถโดยสารประจำทาง | 136,781 | 6,177 | 142,958 |
| - รถยนต์ส่วนตัว | 295,907 | 13,733 | 309,640 |

ที่มา: สถิตินักท่องเที่ยวโดยกระทรวงท่องเที่ยวปี2550

หมายเหตุ: * นักท่องเที่ยว (Tourist) คือนักเดินทางที่ค้างคืน

** นักทัศนอาจร (Excursionist) คือนักเดินทางที่ไม่ค้างคืน

ตารางที่10: สถิตินักท่องเที่ยวที่มาHome-stayบ้านทรงไทยฯ (ม.ค.-ธ.ค. 2549)

| | ไทย | ต่างชาติ | รวม |
|-------------------|-------|----------|-------|
| จำนวนผู้เยี่ยมชม* | 7,680 | 55 | 7,735 |
| - นักท่องเที่ยว | 7,200 | 50 | 7,250 |
| - นักทัศนอาจร | 480 | 5 | 485 |

ที่มา: เจ้าหน้าที่โครงการโฮมสเตย์ บ้านทรงไทยปลายโพงพาง (2550)

* หมายเหตุ: ผู้เยี่ยมชม ประกอบด้วย นักท่องเที่ยว และนักทัศนอาจร