

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ จังหวัดหนองคาย ในครั้งนี้ ได้รวบรวมแนวความคิด หลักการ รวมทั้งทฤษฎีต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่างๆ ดังนี้

#### แนวคิดเกี่ยวกับบริบท

1. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดหนองคาย
2. โฮมสเตย์จังหวัดหนองคาย

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. การท่องเที่ยว
2. การให้บริการแบบโฮมสเตย์
3. ส่วนประสมตลาดบริการ
4. การบริการ
5. ความคิดเห็น

#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### กรอบแนวคิดการศึกษา

#### แนวคิดเกี่ยวกับบริบท

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบริบททั่วไปที่สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ จังหวัดหนองคาย ผู้ศึกษาได้รวบรวมข้อมูลของจังหวัดหนองคาย และ ข้อมูลหมู่บ้านโฮมสเตย์ในจังหวัดหนองคาย ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดหนองคาย

ประวัติศาสตร์ของเมืองหนองคายเริ่มต้นเมื่อกว่า 200 ปีเศษ พื้นที่บริเวณริมฝั่งโขงนี้เดิมเป็นที่ตั้งของเมืองเล็กๆ 4 เมือง คือเมืองพรานพร้าว เมืองเวียงคุก เมืองปะโค เมืองไผ่

(บ้านบึงค่าย) ปัจจุบันยังพบซากโบราณสถานอยู่ตามวัดต่างๆริมแม่น้ำโขงบนเส้นทางท่าบ่อ-ศรีเชียงใหม่ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ เจ้าอนุวงศ์ กษัตริย์ผู้ครองนครเวียงจันทน์ได้ตั้งตนเป็นกบฏ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงโปรดเกล้าให้เจ้าพระยาราชเทวี ยกทัพไปตีเมืองเวียงจันทน์ โดยมีท้าวสุวอธรรมา (บุญมา) เจ้าเมืองยโสธร และพระยาเชียงสา เป็นกำลังสำคัญในการช่วยทำศึกจนได้รับชัยชนะ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวจึง โปรดเกล้าฯ ให้ท้าวสุวอขึ้นเป็นเจ้าเมือง โดยจัดตั้งเมืองใหญ่ทางฝั่งขวาของแม่น้ำโขงคอยควบคุมพื้นที่และเลือกสร้างเมืองที่บ้านไผ่ แล้วตั้งชื่อเมืองว่า หนองคาย ตามชื่อหนองน้ำใหญ่ซึ่งอยู่ทางทิศตะวันตกของเมือง

จังหวัดหนองคาย เป็นจังหวัดในภาคอีสานตอนบน ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขง ตรงข้ามกับ บ้านท่าเคอ ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีสะพานมิตรภาพไทย-ลาว เป็นสะพานแห่งแรกที่สร้างเชื่อมระหว่างสองประเทศ จังหวัดหนองคายเป็นเมืองเก่าแก่ ตั้งอยู่ที่บริเวณบ้านไผ่ สร้างเมื่อ พ.ศ. 2370 และต่อมาในปี 2436 ได้ย้ายเมืองมาตั้งอยู่ที่บ้านหมากแข้ง ซึ่งเป็นที่ตั้งตัวเมืองหนองคายในปัจจุบัน จังหวัดหนองคายมีพื้นที่ประมาณ 7, 739 ตารางกิโลเมตร และอยู่ห่างจากจังหวัดกรุงเทพมหานครราว 615 กิโลเมตร และเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดกับแม่น้ำโขงเป็นระยะทาง 340 กิโลเมตร เหมาะแก่การทำเกษตรกรรมและการประมงน้ำจืด การคมนาคมก็สะดวกสบาย สามารถเดินทางต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้หลายประเทศ เช่น ประเทศลาว เวียดนาม เมืองหนองคายมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญหลายแห่ง อาทิ มีวัดมากที่สุดแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีประเพณีและวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชาวบ้านที่น่าสนใจ แตกต่างไปจากที่อื่น โรงแรมที่พักสะดวกสบาย อาหารและสินค้าของฝากมีให้เลือกมากมาย นับว่าเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้ผู้คนมาเยือนเมืองหนองคาย หรือเมืองพญานาคแห่งนี้ จังหวัดหนองคายประกอบด้วย 11 อำเภอ และ 4 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองหนองคาย อำเภอท่าบ่อ อำเภอสังคม อำเภอศรีเชียงใหม่ อำเภอโพนพิสัย อำเภอปากคาด อำเภอโซ่พิสัย อำเภอเซกา อำเภอบึงกาฬ อำเภอศรีวิไล อำเภอบึงโขงหลง กิ่งอำเภอสระใคร กิ่งอำเภอเฝ้าไร่ กิ่งอำเภอนุ่งคล้า กิ่งอำเภอรันทวนาปี

อาณาเขต ทิศเหนือ ติดกับแม่น้ำโขงอันเป็นเส้นกั้นพรมแดนระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทิศใต้ ติดกับจังหวัดอุดรธานี ทิศตะวันออกติดกับจังหวัดนครพนม และ ทิศตะวันตกติดกับจังหวัดเลย

ลักษณะภูมิอากาศ เนื่องจากจังหวัดหนองคายอยู่ติดกับน้ำโขง จึงทำให้มีฝนตกชุก ช่วงฤดูฝนในระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม ฤดูหนาวจะเริ่มราวเดือนพฤศจิกายนถึง

เดือนกุมภาพันธ์ อุณหภูมิค่าสุดประมาณ 11 องศาเซนเซียส ส่วนฤดูร้อนจะเริ่มตั้งแต่เดือน มีนาคมถึงเดือนเมษายน อากาศจะร้อนจัด อุณหภูมิสูงสุดประมาณ 35 องศาเซนเซียส

การเดินทาง ทางรถยนต์ จากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหมายเลข 1 ผ่านสระบุรี แล้วเข้า ทางหลวงหมายเลข 2 ผ่านจังหวัดนครราชสีมา ขอนแก่น อุดรธานี หนองคาย รวมระยะทาง ทั้งสิ้น 615 กิโลเมตร ทางรถโดยสารประจำทาง บริษัทขนส่ง จำกัด รถวิ่งระหว่างกรุงเทพฯ-หนองคาย ทุกวัน วันละ 2 เที่ยว ทั้งรถปรับอากาศชั้น 1 และชั้น 2 ทางรถไฟ การรถไฟแห่งประเทศไทย มีขบวนรถไฟจากกรุงเทพฯ ถึงหนองคาย ทุกวัน เที่ยวตอนเช้าและตอนเย็น ทาง เครื่องบิน สามารถไปได้โดยลงที่สนามบินนานาชาติอุดรธานี จากนั้นเดินทางสู่จังหวัด หนองคาย ประมาณ 51 กิโลเมตร

รายได้ ภาคการเกษตร ถือเป็นรายได้หลักของจังหวัด คิดเป็นร้อยละ 71.77 เช่น ข้าว และยาสูบ ทั้งนี้คาดว่าในอนาคตยางพาราและไม้ผลน่าจะเพิ่มพืชเศรษฐกิจหลักรองจากการผลิตข้าว และยาสูบ ในภาคอุตสาหกรรม มีโรงงานเกิดขึ้นหลายแห่งในจังหวัด เช่น โรงงาน สุรา โรงงานทำน้ำแข็ง โรงงานผลิตซอส กิจการ โรงสีข้าว เป็นต้น ส่วนในภาคการค้า สินค้า ส่งออกที่สำคัญและมากที่สุด คือ สินค้าหมวดเชื้อเพลิง สิ่งทอ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์สินค้า ทางการเกษตร ส่วนสินค้านำเข้าที่สำคัญ ได้แก่ สินค้าไม้แปรรูป ผลิตภัณฑ์หนังฟอก เครื่องใช้ไฟฟ้าอุปกรณ์และส่วนประกอบ เป็นต้น และภาคการจ้างแรงงาน ส่วนใหญ่ยังคงนิยม เดินทางไปทำงานที่ไต้หวัน อิสราเอล สิงคโปร์ มาเลเซีย และบรูไน รายได้เฉลี่ย มูลค่า ผลิตภัณฑ์ของจังหวัด ประมาณ 31,115 ล้านบาท รายได้เฉลี่ยต่อหัวประชากร ประมาณ 28,156 บาท/คน/ปี เป็นลำดับที่ 8 ของภาค และลำดับที่ 65 ของประเทศ

ปัญหาที่สำคัญและก่อให้เกิดผลเสียหายให้กับจังหวัดหนองคาย ได้แก่ ปัญหาด้าน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ปัญหาการพังทลายของตลิ่งริมแม่น้ำโขง การบุกรุก ที่ป่าสงวนและสาธารณประโยชน์ ปัญหาด้านผลผลิตและรายได้ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบ อาชีพเกษตรกรรม ผลผลิตตกต่ำ ประกอบกับทุนในการผลิตน้อย จึงส่งผลให้ประชาชนมี รายได้น้อยไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ เกิดการเคลื่อนย้ายและอพยพแรงงานไปทำงานที่ ต่างจังหวัด ปัญหาด้านการศึกษา ประชาชนส่วนใหญ่ไม่จบภาคบังคับ ทำให้มีความรู้ น้อย และ ปัญหาด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับเส้นทางคมนาคมและการขาดแคลนระบบ สาธารณูปโภค

จังหวัดหนองคายนับว่าเป็นเมืองชายแดนริมฝั่งแม่น้ำโขง เป็นประตูสู่เมือง เวียงจันทน์ เมืองหลวงของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) โดยมีสะพาน

มิตรภาพไทย-ลาวเชื่อมระหว่างสองประเทศ จังหวัดหนองคายอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 615 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 7,332 ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ติดแม่น้ำโขงมากที่สุด เป็นระยะทาง 320 กิโลเมตร เหมาะแก่การทำเกษตรกรรมและประมงน้ำจืด ทั้งยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถเดินทางข้ามไปเที่ยวยังฝั่งลาวได้โดยสะดวก มีวัดวาอารามและวัฒนธรรมวิถีชีวิตชาวบ้านที่น่าสนใจ โรงแรมที่พักที่สะดวกสบาย หลากหลายไปด้วยอาหารและสินค้าของฝาก ล้วนเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้ผู้คนเดินทางมาเยือนเมืองริมโขงแห่งนี้ (ทัวร์ ไทย เน็ต เว็บเดียว เที่ยวทั่วไทย. 2552 : 1-5)

กล่าวโดยสรุป จังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดชายแดนที่มีผู้คนเดินทางเข้าออกเป็นประจำมากมาย โดยเฉพาะการเดินทางผ่านข้ามไปที่ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และเวียดนาม ทำให้เป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัด ได้สร้างเงินรายได้หมุนเวียนในจังหวัดได้มากพอสมควร จากประเด็นจุดแข็ง จุดอ่อน วิกฤตและโอกาสของจังหวัดหนองคาย ผู้ศึกษาสามารถนำข้อมูลกับสภาพที่เกี่ยวข้อง ไปใช้ในการอภิปรายผลการศึกษาคต่อไป

## 2. โสมสเคย์จังหวัดหนองคาย

จากการที่รัฐบาลได้ประกาศให้ปี 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand 1998-1999) ทุกหน่วยงานของรัฐ มีนโยบายสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน และขยายกิจกรรมโสมสเคย์เพิ่มมากขึ้น เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโค้ง อำเภอ กุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ บ้านทรงไทยปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม รวมทั้งพื้นที่ชนกลุ่มน้อย หมู่บ้านชาวเขา ก็มีการสนับสนุนการจัดกิจกรรมโสมสเคย์ ด้วยเช่นกัน

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ทั้งในกลุ่มชาวไทย และชาวต่างประเทศ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน เพื่อการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม หัตถกรรมของท้องถิ่น โดยมีโสมสเคย์ ที่มีความหมายมากกว่าเป็นที่พัก เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลาง และจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่างๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วยทั้งนี้ หน่วยงานที่สนับสนุนกิจกรรมโสมสเคย์ เช่น ส่วนราชการในจังหวัด อบต. องค์กรรเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้มีแนวคิดหลักที่จะใช้โสมสเคย์ เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งบางพื้นที่อาจไม่จำเป็นต้องจัดเป็นโสมสเคย์ แต่เป็นเพียงการท่องเที่ยวลักษณะ Home Visit หรือการเรียนรู้วิถีชีวิต โดยไม่ต้องพักแรมก็ได้ กิจกรรมที่พักโสมสเคย์ จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการ

ท่องเที่ยวเชิงชุมชน หรือการท่องเที่ยวในชนบทเท่านั้นหากจะกำหนดรูปแบบของกิจกรรมที่พักรีสโฮมสเตย์ เป็นรูปแบบเฉพาะในประเทศไทย และการกำหนดชื่อเฉพาะเพื่อเป็นImage คำนึงการตลาดเช่นเดียวกับ T-House ของประเทศเนปาล โดยให้กำหนดชื่อ “Baan Phak” เป็นชื่อเฉพาะของกิจกรรมที่พักรีสโฮมสเตย์ ในประเทศไทย เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องพักร่วมกับเจ้าของบ้านพร้อมที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. 2552 : 1-3)

จังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดนำร่อง 1 ใน 5 ของประเทศด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีหมู่บ้านโฮมสเตย์ (โฮมสเตย์) เกิดขึ้น โดยเฉพาะพื้นที่ติดลำโขงที่ยาวถึง 340 กม. ทั้งนี้เนื่องจากมีทัศนียภาพที่สวยงาม เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ซึ่งจังหวัดหนองคายได้รับการยอมรับว่าเป็นเมืองนำอยู่ในอันดับ 7 ของโลกจากนิตยสาร Modern Maturity ของประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับคนวัยเกษียณชาวอเมริกาเนื่องจากผลของการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ทำให้ชุมชนต้องพลิกผันตัวเอง เพื่อให้รอดพ้นจากแรงบีบคั้นของระบบเศรษฐกิจและภาวะหนี้สิน ในสถานการณ์ปัจจุบันชุมชนตระหนักร่วมกันได้ว่า จะต้องอาศัยพลังชุมชน และการเกื้อกูลกันเท่านั้นจึงจะสามารถอยู่รอด และจุดดิ่งกันให้รอดพ้นจากกระแสความกดดัน ในวิถีชีวิตแบบทุนนิยมได้

ดังนั้นจังหวัดหนองคายเปิดหมู่บ้านโฮมสเตย์ไว้รองรับนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลออกพรรษาบั้งไฟพญานาค เปิดถึง 8 อำเภอ 25 หมู่บ้าน จังหวัดหนองคาย ได้มีการจัดหมู่บ้านโฮมสเตย์ไว้ในหมู่บ้านที่มีศักยภาพตามริมแม่น้ำโขงจุดที่มีปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาค รวมทั้งจุดที่อยู่ใกล้เคียง เริ่มตั้งแต่อำเภอสังคม จนถึงอำเภอเซกา รวม 8 อำเภอ 25 หมู่บ้าน 529 ครัวเรือน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ 3,948 คน ซึ่งครัวเรือนเป้าหมายได้มีการฝึกความพร้อม การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การรองรับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงการปรับปรุงภูมิทัศน์ของหมู่บ้าน โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลออกพรรษาบั้งไฟพญานาคนี้ ถือว่ามีความพร้อมเต็มที่แล้ว สำหรับการจะขยายหมู่บ้านโฮมสเตย์ เพิ่มขึ้นในอนาคตนั้น และมีการพัฒนาให้หมู่บ้านโฮมสเตย์ที่มีอยู่มีมาตรฐานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวเข้ามาจองที่พักไว้แล้ว โดยเฉพาะหมู่บ้านที่อยู่ในจุดที่ปรากฏการณ์บั้งไฟพญานาคเกิดขึ้น

ธุรกิจแบบโฮมสเตย์โดยทั่วไปมักมีการจัดเตรียมสถานที่พัก (บ้านของชาวบ้าน) และสถานที่สำหรับทำกิจกรรมแก่นักท่องเที่ยว เช่น ลานเล่นรอบกองไฟ เครื่องเสียง คาราโอเกะ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการนำเอาวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามาผสมผสานในธุรกิจชุมชนด้วย ซึ่งกิจกรรมที่น่าสนใจ เช่น การจัดพิธีบายศรีสู่ขวัญเพื่อเป็นสิริ



มงคลแก่นักท่องเที่ยวโดยคนสูงอายุในชุมชน ถือเป็นอุบายที่แยบยลในการสร้างความไว้เนื้อเชื่อใจและความอบอุ่นให้เกิดขึ้นในกันและกัน อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การดำเนินงานชุมชนโฮมสเตย์สนองต่อความต้องการของชุมชนได้อย่างยั่งยืน และเป็นไปอย่างกลมกลืนกับสภาพบริบท (Context) ของชุมชน จึงมีประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ ดังนี้ (รัชชชัย เฟื่องพินิจจังหวัด. 2548 : 15-19)

1. ควรมีการจัดการข้อมูลข่าวสารในลักษณะเครือข่าย ซึ่งองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรเข้ามามีบทบาทในฐานะผู้สนับสนุน และผู้จัดการองค์ความรู้และระบบข้อมูลข่าวสารของชุมชน รวมทั้งการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารไปสู่ชุมชนอื่น หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่น
2. ควรเน้นวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนเป็นเบื้องต้น ไม่ว่าจะเป็นคน สิ่งของเครื่องใช้ วัสดุอุปกรณ์ ฯลฯ เช่น เน้นอาหารที่มีวัตถุดิบในชุมชนและรสชาติแบบชาวบ้านบริการนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างงาน และกระจายรายได้ในชุมชน รวมทั้งเป็นการประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนด้วย
3. รายได้ที่เกิดขึ้น ส่วนหนึ่งควรถูกหักออกมาเป็นรายได้ของชุมชน เพื่อเป็นทุนสะสมในการจัดการและการพัฒนาของชุมชน และสถานที่สาธารณะของชุมชน
4. ควรรักษาระดับของมลภาวะที่จะเกิดขึ้น เช่น ขยะ มลภาวะทางเสียง (รถยนต์ เครื่องกระจายเสียง คาราโอเกะ การเล่นกิจกรรมรอบกองไฟ ฯลฯ) ซึ่งควรจะมีข้อตกลงร่วมกันที่ชัดเจนว่าจะกำหนดเวลาถึงที่ห้าม กำหนดขอบเขตบริเวณ กำหนดผู้รับผิดชอบ เป็นต้น
5. โฮมสเตย์จะต้องถือฤกษ์และสนองตอบต่อวัฒนธรรมจารีตประเพณีของชุมชน จะต้องดำรงไว้ซึ่งความดีงาม ของความสัมพันธ์แบบเครือญาติ และการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ที่แสดงออกมาในรูปของตัวเงิน การสนองตอบต่อกระแสทุนนิยมเสรี และการเมืองท้องถิ่น

กล่าวโดยสรุป รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน ได้เป็นอย่างดี และยังมีผลทำให้ชุมชนเกิดความรักสมัครสมานสามัคคี เรียนรู้แนวทางการบริหารจัดการธุรกิจของชุมชนได้ เป็นชุมชนที่เข้มแข็งในอนาคต ประเด็นดังกล่าวจะนำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือ ด้านลักษณะทางกายภาพ ซึ่งนำเสนอถึงวิถีชีวิตประเพณี วัฒนธรรมความเป็นพื้นเมือง การรักษาความเป็นพื้นเมืองเดิมๆ ด้านสถานที่ ทัศนียภาพ โดยรวมความสวยงามเป็นธรรมชาติ ความสะอาด ระบบรักษาความปลอดภัย บรรยากาศที่พัก สถานที่สำหรับทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ การจัดพิธีบายศรีสู่ขวัญ การทำบุญ ตักบาตร การปั่นจักรยาน เดินออกกำลังกาย ชมกิจกรรมต่างๆของชุมชน เช่น กลุ่มทอผ้าฝ้าย

ลายพื้นเมือง กลุ่มสาธิตการตลาด กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มผลิตและแปรรูปอาหาร โรงสีข้าวชุมชน การทำปุ๋ยหมัก และผู้ศึกษาจะนำไปอภิปรายผลต่อไป

## แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประเด็นที่ผู้ศึกษากำหนดไว้ ได้แก่ การท่องเที่ยว ส่วนประสมการตลาดบริการ การบริการ และ ความคิดเห็น รายละเอียด ดังนี้

### 1. การท่องเที่ยว

#### 1.1 ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545 : 4-5) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว ว่าเป็นการเดินทางภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ ดังนี้คือ ว่าเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ว่าเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และ ว่าเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่มีใจเพื่อประกอบอาชีพ หรือสร้างรายได้

แมค อินทอช และ โกลด์เนอร์ (Mc Intosh and Goeldner. 1984 : 78-79 ;

อ้างถึงในสถาบันศึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2540 : 12-13) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการ คึงดูค ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่น เปี่ยม ไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรม การเดินทางรูปแบบหนึ่ง โดยสมัครใจ

เพื่อการพักผ่อน โดยเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว มีการนันทนาการ เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น จากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ประเพณี รวมทั้งทางด้านธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เด่นของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งแต่ละที่จะมีองค์ประกอบแตกต่างกันไป

#### 1.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว เป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่มีองค์ประกอบ ดังนี้ (สถาบันศึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2540 : 24)

1. แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็น

อุทยานการท่องเที่ยว ซึ่ง ปีเตอร์ (Peter. 1969 : 158-159 ; อ้างถึงใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ไทย. 2545 : 8-9) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้คือ (1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Attractions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Traditional Attractions) (2) แหล่งท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ (Scenic Attractions) ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆ ของภูมิประเทศ (3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions) และ (4) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Specific Attractions) ในส่วนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545 : 35) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้น จัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว บริการที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่ง ไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) กระบวนการจัดการ ได้รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนากาชาขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ต่างมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน โดยที่ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ใช้ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอก โดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใดๆ หรืออาจมีการชดเชยได้อยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม ในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากร และอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสียหรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่างๆ รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่น เช่น ระบบชุมชน ระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น การท่องเที่ยว



ที่ขาดระบบการจัดการที่ดี เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การท่องเที่ยวยังมีสิ่งแวดล้อมสำคัญที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมและวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย

จากที่กล่าวมาข้างต้น ได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของระบบการจัดการ การท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จอันเนื่องมาจากระบบการจัดการที่ดี ดังนั้นเพื่อเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งในการจัดการท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นที่ต้องพัฒนาระบบการจัดการที่ดี เพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

### 1.3 รูปแบบของการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันได้มีรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งแตกต่างกันไปดังนี้

#### 1.3.1 การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 6-8) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่หรือกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน เพราะสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุง คุณภาพให้ได้ผลกำไรอย่างเป็นธรรม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมที่สุดอย่างยั่งยืนยาว

1. ลักษณะการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีลักษณะสำคัญอยู่ 6 ประการดังนี้ คือ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทุกแห่งเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่ง ท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนผลประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น

2. หลักการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีหลักการดังนี้ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์, 2545 : 38-39)

2.1 การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี (Using Resource Sustainable) ทั้งในส่วนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเน้นการทำธุรกิจในระยะยาว

2.2 การลดการบริโภคที่เกินความจำเป็นและการลดของเสีย (Reducing Over-consumption and Waste) จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดลอมที่ถูกทำลายในระยะยาว และเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย

2.3 การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ (Maintaining Diversity) สังคม และวัฒนธรรม จะช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

2.4 การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrating Tourism into Planning) เข้ากับกรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม จะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยว

2.5 การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมในท้องถิ่น (Supporting Local Economic) โดยคำนึงถึงราคาและพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย

2.6 เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving Local Communities) ในด้านการจัดการผลตอบแทนของประชาชน และสิ่งแวดล้อมเพื่อช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและการจัดการการท่องเที่ยว

2.7 การประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ประชาชน ท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง (Consulting Stakeholders and the Public) เพื่อลดข้อขัดแย้งและร่วมแก้ปัญหา

2.8 เป็นการฝึกอบรมบุคลากร (Training Staff) โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืนแก่บุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ เพื่อยกระดับบริการการท่องเที่ยว

2.9 ข้อมูลข่าวสารที่สื่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยมุ่งสร้างความเข้าใจในการเคารพต่อธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว (Marketing Tourism Responsibly) อีกทั้งเป็นการช่วยยกระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

2.10 การศึกษาและติดตามผล (Undertaking Research) เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการดำเนินงาน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขที่เป็นประ โยชน์ต่อผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

3. ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ (อุษาวดี พูลพิพัฒน์ผล. 2545 : 46-48)

3.1 เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง (Continuity) หมายถึง ความต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติ และความต่อเนื่องของวัฒนธรรมซึ่งจัดเป็นทรัพยากรหลักในการท่องเที่ยว และสามารถมอบประสบการณ์ันทนาการที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว

3.2 เป็นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality) หมายถึงการเน้นคุณภาพของสามส่วนหลัก คือ คุณภาพของสิ่งแวดล้อม คุณภาพของประสบการณ์ นันทนาการที่นักท่องเที่ยวได้รับ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

3.3 เป็นการท่องเที่ยวที่มีความสมดุล (Balance) หมายถึงความสมดุลระหว่างความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากร

### 1.3.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่นานาประเทศ ให้การสำคัญ เพื่อการมุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศและนานาชาติ ตามหลักปรัชญาสากลว่าด้วยการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Environmentally Sustainable Development) โดยให้ความสำคัญแก่การให้การศึกษาหรือการเรียนรู้ หรือมุ่งเน้นให้เกิดการอนุรักษ์มากกว่าการจัดการลดหรือปราศจากผลกระทบและนักท่องเที่ยวพึงพอใจเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ มีการจัดการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม และให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว มีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 9) ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ โดยมีการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้อง และให้ชุมชนท้องถิ่น และสร้างจิตสำนึกให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ราฟ บุคเลย์ (Raff Buckley. 1992 : 122 ; อ้างถึงในสถาบันศึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2542 : 10) นิยามว่า คือการท่องเที่ยวที่ถูกจัดการดูแลอย่างยั่งยืน อยู่บนพื้นฐานของธรรมชาติ มีการศึกษาด้านการเรียนรู้วัฒนธรรม และ/หรือ สิ่งแวดล้อมเพื่อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ศุภย์ศึกษาป่าไม้ (2538 : 14) ได้สรุปสาระสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมควรเป็นพื้นที่ธรรมชาติ ที่มีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมเป็นหลัก และอาจรวมถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมที่ปรากฏในพื้นที่ด้วย

2. ควรเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและระบบนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม

3. เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ได้รับประสบการณ์ และการเรียนรู้จากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติโดยตรง อีกทั้งเสริมสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติ เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม

5. มุ่งเน้นคุณค่าลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว แต่ไม่เน้นที่การเสริมแต่ง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก

จากที่กล่าวมาข้างต้น ได้สะท้อนภาพของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ อย่างชัดเจน ว่าเป็นการท่องเที่ยวและการพัฒนาไปพร้อมๆ กัน โดยเฉพาะการพัฒนาจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวให้มีความตระหนักในการรักษาสถิงแวดล้อม

### 1. องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544 : 18-21) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 4 ประการคือ

1.1 องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมทั้งแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่นั้นๆ

1.2 องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและจำกัดมลพิษ ภาวะ และควบคุมอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการยั่งยืน

1.3 องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้ศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความ

ตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

1.4 องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ติดตามตรวจสอบ ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

จากองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังกล่าว จะเห็นว่าองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมนั้นจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นในการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่างเก็บน้ำหามานแห่งนี้ จึงนำแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมมาเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการจัดการการท่องเที่ยว

### 1.3.3 การท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม

การท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545 : 15) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่ได้พัฒนาไปสู่รูปแบบหนึ่งที่ดำเนินการบนแนวคิดของการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศในชุมชน โดยเป็นการพัฒนาชุมชน พัฒนาชนบทโดยการไปช่วยเสริมรายได้ เรื่องการท่องเที่ยวเข้าไปสู่ภาคชนบท การท่องเที่ยวแบบนี้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม รูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ให้คุณค่าแก่วัฒนธรรมและระบบนิเวศในชุมชนได้มากกว่า โดยชุมชนจะมีบทบาทในการจัดการดำเนินกิจกรรม การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว การเตรียมข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว

สมศักดิ์ เตชะเอราวัณ (2544 : 28-32 ; อ้างในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545 : 17-24) กล่าวว่า การจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ชาวบ้านในชุมชนจัดบ้านของตนเองเป็นที่พัก มีห้องหรือพื้นที่พอที่จะรับแขกผู้มาเยือนได้ โดยที่เจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวต่างเปิดใจที่จะเรียนรู้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

กล่าวโดยสรุปว่า การจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ชุมชนมีการพัฒนาความสามารถของประชาชนในการดูแลและจัดการทรัพยากรการ



ท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน รวมทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่คน โดยการมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมให้แก่นักท่องเที่ยว ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการและรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในชุมชนโดยตรง การจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม สามารถดำเนินการได้ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม โดยในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จะพบว่ามีการจัดการในพื้นที่ที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น บ้านอุ้งผาง จังหวัดตาก เกาะยาว จังหวัดพังงา เป็นต้น ในขณะที่การจับบ้านพักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรม มักจะดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่นำเสนอเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น บ้านปลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม บ้านเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี บ้านโคกโค้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นต้น

กิจกรรมท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม นั้น สิ่งหนึ่ง ชุมชนต้องจัดบริการด้านการมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท เป็นจุดขายที่สำคัญการจัดกิจกรรมที่พักแบบสัมผัสวัฒนธรรมในชนบท จึงเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน แต่ต้องอยู่ภายใต้ศักยภาพและความพร้อมของชุมชนเป็นหลักบริการที่เสนอให้ ได้แก่ วิถีการดำเนินชีวิตที่เรียบง่ายแบบสังคมชนบท วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ความปลอดภัย ความสะอาดห้องพักพร้อมอาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยว

ในการจัดการเป็นการร่วมกิจกรรมที่พัก โฮมสเตย์ ที่มีการรวมกลุ่มการจัดตั้งในรูปกลุ่ม ชมรม สหกรณ์ ซึ่งสมาชิกและคนในชุมชนจะต้องมีความเข้าใจและมีส่วนร่วมในด้านการจัดการในแต่ละด้าน ดังนี้

1. บ้านพัก ควรมีโครงสร้างที่ดี ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดี ไม่ไกลจากเมือง หรือพื้นที่เทศบาล ความเต็มใจของสมาชิกในครอบครัวต่อการรับผู้มาเยือน และควรมีสิ่งต่างๆ เช่น ที่นอน หมอน น้ำประปา ห้องน้ำสะอาด ฯลฯ รวมทั้งความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

2. การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว วัฒนธรรมจารีต ประเพณีและความเชื่อของแต่ละชุมชนอาจแตกต่างกัน ดังนั้นการกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว เช่นการแต่งกาย การนอน การกำหนดเวลาเข้าออกบ้านพัก อาจจะแตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน

3. การต้อนรับ คนไทยเป็นผู้มีใจ โอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การต้อนรับนักท่องเที่ยวดุจดั่งญาติมิตรจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความอบอุ่น ควรมีการจัดพื้นที่

ต้อนรับในลักษณะจุดศูนย์กลางของชุมชน เพื่อการดำเนินการต้อนรับ ลงทะเบียน การเข้าพัก หรือ การให้ข้อมูลการท่องเที่ยว อาจต้อนรับด้วยวัฒนธรรมประจำถิ่น เช่น ภาคอีสาน / เหนือ ต้อนรับ ด้วยการบายศรีสู่ขวัญ

4. การสำรองที่พัก จองทางไปรษณีย์ โทรศัพท์ การจองที่พักควรได้รับการตอบสนองทันที ควรมีผู้ประสานงานส่งรายละเอียดให้กับนักท่องเที่ยว และแจ้งข้อมูลรายละเอียดให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

5. การลงทะเบียน ผู้เข้าพักต้องลงทะเบียนเพื่อเป็นหลักฐานและอ้างอิงในอนาคต ส่วนนี้อาจไม่ต้องเป็นรูปแบบเหมือนธุรกิจโรงแรม แต่ควรเป็นข้อมูลแบบง่าย

6. การบริการอาหาร เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องพักกับเจ้าของบ้าน อาหารมื้อใดอาหารมื้อหนึ่งจึงมีความจำเป็น การนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นจึงเป็นเสน่ห์ และจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ทั้งนี้ต้องพิจารณาข้อมูลนักท่องเที่ยว เช่น เชื้อชาติ ศาสนา งบประมาณในการจัดทำอาหาร ปัจจัยฤดูกาล อาหารประจำท้องถิ่นและจำนวนนักท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นว่า การท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชุมชนในชนบทนั้น เป็นการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม โดยการรวมกันเป็นกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ ในการจัดการบริหารแก่นักท่องเที่ยวที่จะมาสัมผัสวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ ซึ่งชุมชนอาจมีการจัดที่พักหรือเรียกว่า โฮมสเตย์ ไว้บริการ ทั้งนี้ การมีส่วนร่วมในการจัดการ การบริการแก่นักท่องเที่ยวเพื่อแสดงเอกลักษณ์ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต โดยชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการในด้าน ร่วมคิดวางแผน ร่วมทำกิจกรรม ร่วมดำเนินการและร่วมรับประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแก่ชุมชน

#### 1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ การท่องเที่ยว

##### 1.4.1 ความหมายของ การจัดการท่องเที่ยว

การจัดการ หมายถึง แนวทาง หรือ วิธีการที่ผู้บริหารใช้ในการปฏิบัติภารกิจให้สามารถดำเนินงาน ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540 : 44)

การจัดการท่องเที่ยว มีความหมายใกล้เคียงกับการจัดการ กล่าวคือ การจัดการท่องเที่ยว หมายถึง แนวทาง วิธีการ ดูแล ปฏิบัติต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อให้ไม่ถูกทำลายโดยนักท่องเที่ยว

### องค์ประกอบของการจัดการ มีองค์ประกอบ ดังนี้

(ธงชัย สันติวงษ์, 2540 : 45)

1. การวางแผน (Planning) คือ ภาระหน้าที่ของผู้บริหาร ที่จะต้องทำการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อการทำงานและกำหนดขึ้นเป็นแผนปฏิบัติงานหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติ เพื่อเป็นแนวทางของการดำเนินงานในอนาคต

2. การจัดองค์การ (Organizing) คือ การจัดให้มีโครงสร้างของสายงาน ตำแหน่งงาน และอำนาจหน้าที่ต่างๆ เพื่อให้ทรัพยากรทางการบริหารอยู่ในส่วนที่เหมาะสม ในอันที่จะช่วยให้งานขององค์การบรรลุผลสำเร็จได้

3. การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) คือการดูแลสั่งการให้เป็นไป ด้วยความถูกต้องเรียบร้อย

4. การประสานงาน (Coordinating) คือ การดูแลความสะดวกให้ผู้ทำงานสามารถทำงานได้โดยสะดวกเต็มความสามารถ เชื่อมโยงงานของทุกคนให้เข้ากันได้ และกำกับให้ไปสู่จุดหมายเดียวกัน

5. การควบคุม (Controlling) คือภาระหน้าที่ในการที่จะต้องกำกับให้สามารถประกันได้ว่ากิจกรรมต่างๆ ที่ทำไปนั้น สามารถเข้ากับแผนที่ได้วางเอาไว้

ส่วนในต่างประเทศนั้นมีการศึกษาเรื่องการจัดการ โดย กุลลิค (Gulick ; อ้างถึงใน ดิน ปรชพฤทธิ์, 2539 : 142) ได้สรุปว่า การจัดการมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. การวางแผน (Planning) เป็นการกำหนดโครงการอย่างกว้างๆ ว่าจะทำอะไรบ้าง เพื่ออะไร มีแนวทางที่จะปฏิบัติอย่างไร การวางแผนจะต้องกระทำก่อนการลงมือปฏิบัติจริง

2. การจัดองค์การ (Organizing) เป็นการจัดสายงานแบ่งแยกอำนาจการบริหารให้ผู้ปฏิบัติงานทราบหน้าที่บทบาทของแต่ละคน เพื่อจะได้ทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์

3. การจัดการหาบุคคล (Staffing) เป็นการจัดการหาบุคคล มาเข้าสู่ตำแหน่งงานตามที่ได้จัดองค์การเอาไว้แล้ว มีการบรรจุงานฝึกฝน อบรมพัฒนาคุณภาพคนเพื่อจะได้ทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์

4. การวินิจฉัยสั่งการ (Directing) เป็นการบอกทิศทางการทำงาน เสนอแนะวิธีการทำงานหลังจากที่ได้วิเคราะห์อย่างรอบคอบแล้ว ว่าควรจะทำอะไรบ้าง อย่างไร ไปในทิศทางใด

5. การประสานงาน (Coordinating) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานย่อย และบุคคลในตำแหน่งต่างๆ ให้สามารถทำงานร่วมกันได้ ซึ่งอาจจะต้องใช้เทคนิคต่างๆ เช่น การสื่อสาร การกำหนดระเบียบแบบแผนในการทำงาน เป็นต้น

6. การรายงาน (Reporting) เป็นการทำรายงานทุกอย่างซึ่งจะต้องรายงานไปยังผู้บังคับบัญชาเหนือตนขึ้นไปว่า ตนเองได้ทำอะไรบ้าง อย่างไร ได้ผลประการใด

7. การจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่าย (Budgeting) เป็นการจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่าย ให้ถูกต้องเหมาะสมกับกิจกรรม

จะเห็นได้ว่า แนวคิดของนักวิชาการในประเทศไทยและในต่างประเทศ มีลักษณะใกล้เคียงกัน จึงมีผู้นิยมใช้แนวคิดทั้งสองที่กล่าวมานี้เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยว

#### 1.4.2 หลักการจัดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้ สร้างอาชีพ และพัฒนาคุณภาพชีวิตได้ อีกทั้งเป็นเครื่องมือที่สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ แต่การท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการจัดการที่ดี มีการวางแผน กำหนดนโยบายที่ชัดเจน การจัดการท่องเที่ยว ควรมีหลักการดังนี้ (สถาบันดำรงราชานุภาพ. 2541 : 38)

1. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยพิจารณาจากที่ตั้ง กิจกรรมความพร้อมและความต้องการของชุมชน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปของการเป็นคณะกรรมการ การรับผิดชอบดำเนินการ การสนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น

2. องค์กรต่างๆ ในพื้นที่ เช่น สภาตำบล องค์กรบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงาน โครงการ และกิจกรรม ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินการขององค์กรประชาชนอื่นๆ

3. ภาครัฐกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐมีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคกันประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

กล่าวโดยสรุปการจัดการการท่องเที่ยว ก็คือการกระทำที่มีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎีและแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และ

แผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้มีฉะนั้นการจัดการการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางประสบความสำเร็จ

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยว ควรมีองค์ประกอบดังนี้

(คณะกรรมการท่องเที่ยวและกีฬา. 2540 : 26)

1. การจัดการพื้นที่ ได้แก่ การจัดการเขตการใช้ประโยชน์ (Zoning)

การศึกษาขีดจำกัดการรองรับได้ของพื้นที่ การกำหนดมาตรการใช้ประโยชน์ปลูกสร้างอาคาร และปรับปรุงพื้นที่และควบคุมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว การใช้มาตรการป้องกันและลดผลกระทบในพื้นที่

2. การให้การศึกษาและการสื่อความหมาย ได้แก่ การส่งเสริมให้สถานที่ให้ความรู้ทุกรูปแบบ ส่งเสริมกิจกรรมที่ให้ความรู้และสร้างความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม สนับสนุนการให้บริการที่มีคุณภาพ ส่งเสริมการใช้มัคคุเทศก์เฉพาะถิ่น จัดเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและให้การศึกษากับชุมชน

3. การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ มุ่งกิจกรรมที่ไม่มีผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมหรือสามารถป้องกันแก้ไขได้ ส่งเสริมกิจกรรมที่ให้ความรู้ จัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม จัดกิจกรรมเกิดความสัมพันธ์ด้านนักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และคนในท้องถิ่น

4. การบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ การส่งเสริมการบริการที่มีความรับผิดชอบ สร้างการมีส่วนร่วมในการบริการของชุมชน กำหนดรูปแบบการบริการให้กลมกลืนกับสภาพแวดล้อมในชุมชน การอบรมคุณภาพบุคลากร และ สนับสนุนการบริการที่ได้มาตรฐาน

5. การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและลดผลกระทบ ได้แก่ กำหนดมาตรการจัดเก็บและกำจัดขยะมูลฝอย กำหนดมาตรการป้องกันและกำจัดสิ่งปฏิกูล ควบคุมแบบอาคาร กวดขันกับกิจกรรมที่ทำลายสภาพแวดล้อม

1.5 การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกันการแข่งขันทางด้านการตลาดก็สูงยิ่งขึ้น จนทำให้ผู้ประกอบการต้องพยายามแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างกันออกไป มาเป็นจุดเสนอขายตามความนิยมและความต้องการของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การเดินทางของนักท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว ย่อมส่งผลให้



เกิดการเปลี่ยนแปลงในกิจกรรมการดำเนินชีวิตของประชากรที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ทั้งทางด้านสังคม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ (โครงการสังคมศาสตร์สิ่งแวดล้อม. 2529 : 15) เป็นเป้าหมายสำคัญ ได้รับการเน้นให้มีในกระบวนการท่องเที่ยวแบบใหม่ ถือเป็นพื้นฐานของการพัฒนาแบบยั่งยืนในองค์รวมของระบบ

### 1.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมเกิดจากแนวคิด สำคัญ 3 ประการดังนี้ คือ

(สุชาติ โคตรทุม, 2541 : 39)

1. ความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกัน ซึ่งเกิดจากความสนใจและความห่วงกังวลส่วนบุคคล ซึ่งเกิดขึ้นพร้อมกัน กลายเป็นความสนใจและความห่วงกังวลร่วมกันของส่วนร่วม

2. ความเคียดแค้นและความไม่พึงพอใจร่วมกัน ที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่นั้น ผลักดันให้พุ่งไปสู่การรวมกลุ่ม วางแผน และลงมือกระทำการร่วมกัน

3. อำนาจบังคับ ที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า ทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำการต่างๆ

อย่างไรก็ตาม การมีส่วนร่วมยังเกิดจากแนวความคิด ดังนี้

1. ความศรัทธา ที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือหรือเกียรติยศ ตำแหน่ง ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ

2. ความเกรงใจ ที่มีต่อบุคคลที่เคารพนับถือหรือมีเกียรติยศตำแหน่ง ทำให้ประชาชนเกิดความเกรงใจที่จะมีส่วนร่วมด้วย ทั้งๆ ที่ยังไม่มีความศรัทธาหรือความเต็มใจอย่างเต็มเปี่ยมที่จะกระทำ

3. อำนาจบังคับ ที่เกิดจากบุคคลที่มีอำนาจเหนือกว่า ทำให้ประชาชนถูกบีบบังคับให้มีส่วนร่วมในการกระทำการต่างๆ

ดังนั้น การมีส่วนร่วมต้องเกิดจากการมีความสนใจ เพื่อแก้ปัญหาความเคียดแค้นจากอำนาจที่เหนือกว่า รวมทั้งมีความศรัทธา เกรงใจ เคารพต่อบุคคลที่นับถือในการทำกิจกรรมต่างๆ

จากแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน สรุปได้ว่า หากประชาชนเป็นพลังสำคัญในการร่วมดำเนินกิจกรรมใดๆ ไม่ว่าจะเป็นการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนนั้น จะทำให้การดำเนินกิจกรรมบรรลุผลสำเร็จได้ดีกว่า มีประสิทธิภาพสูงกว่าและยั่งยืนกว่าการดำเนินกิจกรรมที่ขาดการมีส่วนร่วมของประชาชน การ

ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้ประสบผลสำเร็จ ต้องอาศัยหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือชุมชน โดยมีองค์ประกอบคือ ต้องยึดความต้องการและปัญหาของประชาชน ต้องดำเนินการในลักษณะกลุ่ม ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถของชุมชนและจิตสำนึกของความเป็นเจ้าของกิจกรรม ต้องสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและทรัพยากรท้องถิ่น โดยอาศัยผู้นำชุมชนและประชาชนหรือชุมชนต้องมีส่วนร่วม ตั้งแต่เริ่มต้นขององค์กรที่ตั้งขึ้น ตลอดจนถึงขั้นสุดท้ายคือการติดตามตรวจสอบและปรับปรุง ประเมินผลกิจกรรมที่ได้ดำเนินการไป ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่อ่างเก็บน้ำ ห้วยน้ำหามานี้ จำเป็นต้องใช้การมีส่วนร่วมของสมาชิกที่เกี่ยวข้องในทุกระดับ ตั้งแต่การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มแม่บ้านประกอบอาหาร กลุ่มสมาชิกในชุมชน และคณะกรรมการฝ่ายต่างๆ

#### 1.5.2 เป้าหมายการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน

สถาบันศึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

(2542 : 12) ใ้คำกล่าวถึงเป้าหมายการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น ดังนี้

1. ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการเรียนรู้ และตัดสินใจ ให้มีส่วนรับรู้แผนระดับชาติ แผนพัฒนาท้องถิ่น ระบบปฏิบัติการ โครงการและกิจกรรมต่างๆ โดยให้มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจ ปฏิบัติได้ในการจัดการและดำเนินการ

2. ประชาชนท้องถิ่นมีความรัก ความหวงแหน มีการดูแลรักษาและใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตได้อย่างเหมาะสม โดยมีส่วนร่วมในการประเมินผลและกำหนดเป้าหมาย

3. ประชาชนท้องถิ่นมีการรวมกลุ่ม หรือจัดองค์กร เพื่อเชื่อมโยง กับองค์กรภายนอก ทั้งที่เป็นองค์กรของรัฐ เอกชน นิติบุคคล

4. เกิดการกระจายรายได้ ผ่านระบบและกระบวนการการท่องเที่ยว โดยให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นบริเวณพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มพูนรายได้จากส่วนนี้

#### 1.5.3 ประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของประชาชน

ประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของประชาชนมีดังนี้

(รุ่งนภา จันทวีสมบุรณ์. 2546 : 53)

1. เพิ่มคุณภาพของการตัดสินใจ กระบวนการปรึกษาหารือสาธารณชน ช่วยให้เกิดการกระจำงในวัตถุประสงค์ และความต้องการของโครงการหรือนโยบายนั้นๆ ได้เสมอ สาธารณชนสามารถที่จะผลักดันให้เกิดการทบทวนข้อสันนิษฐานที่ปิดบังอยู่ ป่อยครั้ง

กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนก่อให้เกิดการพิจารณาถึงทางเลือกใหม่แทนวิธีการที่ได้เคยใช้กันมาในอดีต

2. การลดค่าใช้จ่ายและการสูญเสียเวลา กระบวนการหรือ โครงการการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างเต็มรูปแบบมักจะสิ้นเปลืองและเสียเวลา แต่ในทางปฏิบัติการมีส่วนร่วมของประชาชนตั้งแต่ต้น สามารถที่จะลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งของประชาชนได้

3. การสร้างฉันทามติ โครงการมีส่วนร่วมของประชาชนสามารถที่จะสร้างข้อตกลงที่มั่นคงและยืนยาว การยอมรับระหว่างกลุ่ม

4. การเพิ่มความง่ายต่อการนำไปปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจทำให้บุคคลรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของการตัดสินใจนั้น และครั้งหนึ่งเมื่อได้ร่วมตัดสินใจแล้ว ย่อมต้องการที่จะเห็นสิ่งนั้นได้ถูกนำไปปฏิบัติ

5. การหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้าใน “กรณีที่น่าร้ายแรงที่สุด” กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนก่อให้เกิด โอกาสที่ผู้กรณีจะแสดงความต้องการของกลุ่มเขา และความห่วงกังวลที่ปราศจากความรู้สึกที่เป็นปฏิบัติ การมีส่วนร่วมของประชาชนตั้งแต่ต้นสามารถลดการเผชิญหน้ากันอย่างรุนแรงที่อาจเป็นไปได้

6. การดำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือ และความชอบธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการตัดสินใจก่อให้เกิดความขัดแย้ง ก็ต้องใช้กระบวนการตัดสินใจซึ่งโปร่งใสและน่าเชื่อถือต่อสาธารณชนและประชาชนมีส่วนร่วม

7. การพัฒนาความเชี่ยวชาญและความคิดสร้างสรรค์ของสาธารณชน ผู้มีส่วนร่วม ไม่เพียงแต่เรียนรู้เนื้อหา แต่เขายัง ได้เรียนรู้กระบวนการตัดสินใจโดยองค์กรส่วนท้องถิ่นของเขาควรจะเป็นอย่างไร และทำไมจึงต้องตัดสินใจดังกล่าว

#### 1.5.4 การจัดการท้องถิ่น โดยชุมชนในระดับท้องถิ่น

ในปี พ.ศ. 2544 สถาบันศึกษาเพื่อการพัฒนาประเทศไทยได้

ทำการศึกษา โครงการเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท้องถิ่นแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 ได้กล่าวถึง การบริหารจัดการการท้องถิ่นในระดับท้องถิ่นไว้ว่าการที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2540 ออกบังคับใช้ โดยเน้นการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นส่งผลให้มีพระราชบัญญัติกำหนดขึ้นตอนและการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ออกมารองรับกฎหมายฉบับนี้ กำหนดให้ปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลต้องโอนเงินร้อยละ 20 ของรายได้ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และใน

ปี พ.ศ. 2549 สัดส่วนนี้จะสูงถึงร้อยละ 35 หากพิจารณาประเด็นของการถ่ายโอนการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและโบราณสถาน ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานส่วนท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังไม่มีประสบการณ์ในด้านการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมทั่วไป การจัดการการท่องเที่ยว ปัญหาการบริหารจัดการท่องเที่ยวจึงซับซ้อนมากขึ้น

#### 1.5.5 ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น มีดังนี้

(รุ่งนภา จันทวิสุขสมบูรณ์, 2546 : 48)

##### 1. ปัญหาเชิงกระบวนการที่เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว มี

ดังต่อไปนี้ (1) ความรู้ความเข้าใจที่มีต่อความหมายการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวถูกมองว่าเป็นกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อหารายได้ แต่การท่องเที่ยวนั้นควรเป็น การเพิ่มความพึงพอใจและสวัสดิการทางสังคมเป็นเป้าหมายหลัก การเพิ่มรายได้เป็นเป้าหมายรอง ยิ่งไปกว่านั้นต้องตระหนักว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ไทยเป็นเป้าหมายหลัก ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นผลพลอยได้ เมื่อผู้บริหารและผู้วางนโยบายระดับสูงบางส่วนเห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นการหารายได้ ปัญหาการท่องเที่ยวก็เริ่มยุ่งยาก เช่น เป้าหมายเบี่ยงเบน กลายเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศแทนที่จะเป็นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทย วัตถุประสงค์ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นแต่เรื่องการหารายได้ไม่ว่าจะด้วยวิธีใด เช่นการเสนอตั้งบ่อนการพนันว่าเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี พ.ศ. 2522 นักท่องเที่ยวหมายถึงผู้ออกเดินทางจากภูมิลำเนาไปค้างคืนอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ไม่เกิน 60 วัน ด้วยความสนใจเพื่อกระทำกิจกรรมต่างๆ ที่ไม่ได้เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (2) วิธีคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว การวางแผนการพัฒนาและระบบการบริหารที่ให้เกิดความยั่งยืนจะต้องเริ่มต้นและมีรากฐานบนความพร้อมของชุมชนท้องถิ่น โดยการให้ชุมชนและผู้บริหารการท่องเที่ยว ในท้องถิ่นค้นหาประวัติ คำนาน ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นเสียก่อน จนเกิดความเข้าใจอันถ่องแท้เกี่ยวกับความเป็นมาของท้องถิ่น ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับท้องถิ่นจะเป็นเครื่องมือในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และความรู้ที่เกิดขึ้นยังเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว หรือเป็นที่มาของคำโฆษณา ตลอดจนสัญลักษณ์ประจำถิ่น คำนำโชค ดอกไม้ ต้นไม้ประจำเมือง ดังนั้นชุมชนและผู้บริหารที่มีความพร้อมและมีความเข้าใจ ในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของคนเท่านั้น จึงจะสามารถรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว

ให้ยั่งยืนได้ (3) การพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงพื้นที่ กลุ่มธุรกิจเป็นกลุ่มของผู้ประกอบการ ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกันซึ่งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน และสามารถสร้างระบบการค้าขายที่แข่งขันกันภายในกลุ่ม แต่ในขณะเดียวกันก็ได้ประโยชน์จากความสัมพันธ์ร่วมกันที่จะทำกำไรจากการค้าขายในตลาดความสำเร็จของกลุ่มธุรกิจจะอยู่ที่กลุ่มต้องมีวิสัยทัศน์ร่วมกันและเจตจำนงร่วมกันที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีสินค้าที่มีมูลค่าประกอบมาจากผู้ผลิตหลายประเภทด้วยกัน เช่น การขนส่ง อาหาร ที่พัก ฯลฯ ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานต้องพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่เดียวกันเป็นกลุ่มจึงจะสามารถพัฒนาสินค้าใหม่

2. ปัญหาจากการกระจายอำนาจการปกครองไปสู่ท้องถิ่น แผนปฏิบัติการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2543 ได้มีการถ่ายโอนภารกิจแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเรื่องการท่องเที่ยว ได้กำหนดขอบเขตการถ่ายโอน ดังนี้ (1) ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำงบประมาณ วางแผนการท่องเที่ยวภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (2) ปรับปรุง ดูแล และบำรุงรักษา สถานที่ท่องเที่ยวภายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (3) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำหนดนโยบาย ในการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมของประเทศและให้คำแนะนำ ให้ความรู้ทางเทคนิค ให้คำปรึกษาและความช่วยเหลือ ในด้านทำสื่อประชาสัมพันธ์ระดับประเทศและนานาชาติ

จากภารกิจการถ่ายโอนอำนาจดังกล่าวข้างต้น อาจเกิดปัญหาในด้านการเตรียมความพร้อมของท้องถิ่น โดยเฉพาะเรื่อง การจัดทำข้อเสนอของงบประมาณ ในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวในเขตความรับผิดชอบ เนื่องจากเป็นภารกิจใหม่ ในการจัดทำคำของบประมาณ จึงพบว่า ในบางพื้นที่ไม่ได้ดำเนินการจัดทำคำของบประมาณ จึงไม่ได้รับการจัดสรร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การปรับปรุงดูแล บำรุงรักษาและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว

3. ปัญหาเชิงการจัดการการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยชุมชน ปัจจุบันการท่องเที่ยวในชุมชน เกิดจากการรวมตัวกันของประชาชน โดยมีผู้นำท้องถิ่น ผู้นำธรรมชาติ ร่วมกับหน่วยงานของรัฐ ร่วมจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนมากขึ้น ทั้งในรูปแบบนำเที่ยวชมของดีในชุมชน วิถีชีวิต ฯลฯ กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย แต่มีแนวโน้มบางอย่างก่อให้เกิดปัญหาดังนี้ (1) ตลาดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นตลาดขนาดเล็กและเป็นตลาดผู้ที่สนใจเป็นพิเศษ (2) การท่องเที่ยวชุมชนที่ต่างประเทศสนใจ จะต้องเป็นหมู่บ้านที่ค่อนข้างจะมีลักษณะดั้งเดิมมากๆ เช่น หมู่บ้านชาวเขา (3) การท่องเที่ยวในชุมชน อาจรบกวนสมาชิกใน



ชุมชนที่ไม่ได้มีส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมการท่องเที่ยว (4) แนวโน้มการกระจายรายได้ที่ไม่เป็นธรรมในสังคม (5) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บางแห่งก่อให้เกิดปัญหาการแย่งที่ทำกินของคนในชุมชน

นอกจากนั้นยังเกิดปัญหาด้านการจัดการองค์กรท้องถิ่น ดังนี้ (1) องค์กรท้องถิ่นต้องการความรู้เข้าใจ เกี่ยวกับการจัดการ โบราณสถานสิ่งแวดล้อม ศิลปกรรม และสิ่งแวดล้อมธรรมชาติให้ยั่งยืน (2) โครงสร้างการบริหารส่วนท้องถิ่นก่อให้เกิดปัญหาผลกระทบภายนอก การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว นับเป็นการจัดการสิ่งแวดล้อมประเภทหนึ่ง ที่ต้องมีการบริหารจัดการแบบองค์รวมตามขอบเขตระบบนิเวศ แต่พื้นที่เขตการปกครองของแต่ละท้องถิ่นเป็นการแบ่งเขต โดยคำนึงถึงองค์ประกอบสิ่งแวดล้อมในระบบนิเวศเดียวกัน เช่น การลงทุนขององค์การบริหารส่วนตำบลหนึ่งอาจมีผลกระทบไปอีกองค์การบริหารส่วนตำบล (3) ปัญหาการวางแผนระยะกลางและระยะยาวที่เป็นระบบ (4) ปัญหาช่องว่างระหว่างภาคธุรกิจเอกชนกับผู้บริหารส่วนท้องถิ่น (5) ความถักถั่นในกฎหมาย (6) ปัญหาช่องว่างระหว่างองค์การบริหารส่วนจังหวัดและองค์การบริหารส่วนตำบล (7) ขาดงบประมาณในการบริหารจัดการระบบบำบัดและกำจัดของเสีย

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีไว้เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราว โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่าง การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าการชำระเงินระหว่างประเทศ เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย เป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่น ได้เป็นอย่างมากอีกทั้งช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงานอย่างมากมายและกว้างขวางเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรม ที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างมารับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง สร้างงานสร้างอาชีพมากมาย เป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน หรือการผลิตอาหาร ไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมทำรายได้เป็นอย่างดี หรือในเมืองท่องเที่ยวก็อาจจะเป็นผู้นำเที่ยวด้วย และก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต

นำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด จะเห็นได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ในงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้ศึกษาจะนำรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบของโฮมสเตย์ไปสร้างเครื่องมือ ด้านราคา คือ การกำหนดอัตราค่าที่พัก อาหาร กิจกรรม ราคาสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสมกับการบริการภายในชุมชนเมื่อเปรียบเทียบกับที่อื่นค่าบริการท่องเที่ยวที่แน่นอน คงที่ หลากหลายไปตามกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจะเลือกตามความต้องการราคาเป็นไปตามที่โฆษณาไว้ แต่จะสามารถปรับขึ้นลงตามฤดูกาลท่องเที่ยว วันหยุด โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ราคา ล่วงหน้าเพื่อประโยชน์ในการวางแผนค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวล่วงหน้า

## 2. การให้บริการแบบโฮมสเตย์

จุดเริ่มต้น และความเป็นมาของโฮมสเตย์ ในทวีปยุโรปในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลก ครั้งที่ 2 ผู้คนเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยว และที่พักที่ห่างไกลชุมชนเมือง และร่องรอยความกดดันของสงคราม ไปสู่พื้นที่ชนบทที่เต็มไปด้วยความสงบ รื่น ธรรมชาติที่สวยงาม ก่อให้เกิดที่พักแรมสำหรับ นักท่องเที่ยวประเภทใหม่ ๆ ขึ้น ได้แก่ Bed & Breakfast บ้านพักในฟาร์ม (Farm house) เกสต์เฮาส์ (Guest house) และโฮมสเตย์ที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่เรียกชื่อแตกต่างกันไป ตามพื้นที่ประเทศ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามถึงแม้จะเรียกชื่อแตกต่างกันไป แต่ทั้งหมดดำเนินการภายใต้แนวคิดเดียวกัน คือ ถือว่าผู้ที่เข้ามาพัก เป็นแขกของบ้านมิใช่นักท่องเที่ยว (Be a guest, not just a tourist) และอยู่ภายใต้การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism)

ความเป็นมาเรื่องโฮมสเตย์ ในประเทศไทย จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฯ ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชน และการที่รัฐบาลออกกฎหมายกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์ ก็เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งจากองค์กรท้องถิ่น องค์กรเอกชน และหน่วยงานภาครัฐ จากการติดตามความเป็นมาพบว่า โฮมสเตย์ ภายใน ประเทศไทยเกิดขึ้นมานานแต่รูปแบบและกิจกรรมอาจแตกต่างกันหลากหลาย หากวิเคราะห์จากอดีตที่ผ่านมา สามารถสรุปได้ตามยุคสมัย ดังนี้ (ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. 2552 : 8)

ยุคเริ่มต้น (ปี 2503-2525) กระจายอยู่ในกลุ่มนิสิต นักศึกษา กลุ่มออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท ต้องเรียนรู้วิถีชีวิต รับทราบปัญหาในชนบท เพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ

กระจายอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า โดยเฉพาะในแถบภาคเหนือของประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะพักตามบ้านชาวเขา โดยจุดพักนั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทางการเดินป่า

ยุคกลาง (ปี 2526-2536) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า เริ่มได้รับความนิยมนมากขึ้น การพักค้างใน รูปแบบโฮมสเตย์ ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังหมู่บ้านชาวเขา ที่กว้างขวางมากขึ้น ในระยะนี้การท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่าที่มีการจัด โฮมสเตย์ เริ่มสร้างปัญหาสังคม อาทิ ปัญหายาเสพติด ปัญหาโสเภณี ปัญหาการปล้น ขโมย ปัญหาการฆ่าชิงทรัพย์กลุ่มนักพัฒนา นักกิจกรรม ที่เติบโตมาจากการทำกิจกรรมในสมัยนักศึกษา เริ่มทำงานในรูปแบบของ องค์กรพัฒนาเอกชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม มีรูปแบบการเดินทาง เพื่อศึกษาดูงานด้านการพัฒนา ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของโฮมสเตย์ แต่ยังคงเผยแพร่ในคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

ยุคตั้งแต่ปี (2537-ปัจจุบัน) ยุคนี้ เป็นยุคเน้นกระแสการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม ดังนั้นจะพบได้ว่า การท่องเที่ยวจะมีแนวโน้ม ที่จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในระยะประมาณปี 2537-2539 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เริ่มมีการท่องเที่ยวในรูปแบบ โฮมสเตย์ โดยกลุ่มนำร่องคือ กลุ่มที่เป็นนักกิจกรรมสังคมทั้งรุ่นเก่า และรุ่นใหม่ เท่าที่สืบค้นพบว่า พื้นที่ที่ดำเนินการเรื่องโฮมสเตย์ ก็จะเป็นพื้นที่ที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทย เข้ามา ดำเนินการ เช่น เกาะยาว จังหวัดพังงา (กลุ่มประมงชายฝั่ง/อวนลาก อวนรุน) หลังจากพื้นที่เกาะยาว จังหวัดพังงา ได้มีพื้นที่อื่นเพิ่มขึ้น อาทิ หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จังหวัดเชียงใหม่(กลุ่มเกษตรทางเลือก)บ้านผู้ใหญ่วิบูลย์ เข็มเฉลิม (เกษตรยั่งยืน) ปี 2539 เป็นต้นมา ได้มีการเคลื่อนไหวขึ้นในกลุ่มนักธุรกิจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Adventure Ecotourism) และโฮมสเตย์

## 2.1 การจัดการ (Management)

การจัดกิจกรรมที่พักร่วมผู้ส่ววัฒนธรรมชนบท ควรที่จะมีการรวมกลุ่ม จัดตั้งกลุ่ม/ชมรม/สหกรณ์ ซึ่งสมาชิกและคนในชุมชนจะต้องมีความเข้าใจและมีส่วนร่วมในด้านการจัดการ

โฮมสเตย์หรือที่พักผู้ส่ววัฒนธรรมชนบท บ้านที่อยู่ในชนบทที่มีประชาชนในชุมชนเป็นเจ้าของบ้านหรือสมาชิกในครอบครัวอาศัยอยู่เป็นประจำ หรือใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในครอบครัวอยู่เป็นประจำ หรือใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในบ้านดังกล่าว นอกจากนี้บ้านดังกล่าวต้องมีความพร้อมในการเป็นโฮมสเตย์ กล่าวคือ

1. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริมนอกเหนือจากรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัวเท่านั้น
2. มีพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถนำมาจัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้
3. นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในบ้านเดียวกับที่เจ้าของบ้านอาศัยอยู่ โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน
4. สมาชิกในครอบครัวต้องมีความยินดีและเต็มใจที่รับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักค้างแรมที่บ้าน พร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว
5. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี
6. บ้านนั้นควรเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น

## 2.2 รูปแบบการให้บริการนักท่องเที่ยวทั่วไป

2.2.1 รูปแบบการให้บริการเป็นลักษณะเชิงอนุรักษ์วัฒนธรรม มีการให้บริการ 2 แบบ คือ การพักแบบธรรมดา กับ การพักแบบเต็มรูปแบบ

1) สำหรับการพักแบบเต็มรูปแบบคือ การพักแบบมีการบริการจัดกิจกรรมคือ มีอาหารให้ 2 มื้อ เข้ากับเย็น มีการบายศรีสู่ขวัญ การจัดพาแลง และมีการแสดงพื้นบ้าน โดยกิจกรรมเหล่านี้จะมีขึ้นที่วัด ค่าบริการ 350 บาท/คน/คืน เว้นแต่หากต้องการกิจกรรมแบบธรรมดา จะมีเฉพาะอาหารให้ 2 มื้อ ไม่มีกิจกรรม ค่าบริการ 250 บาท/คน/คืน และหากต้องการกิจกรรมเสริมอย่างไร ก็สามารถตกลงกับคณะกรรมการได้เป็นพิเศษ

2) การพักแบบครอบครัว คืนละ 150 บาท ค่าอาหารมื้อละ 50 บาท

2.2.2 รูปแบบการดำเนินงาน เป็นแบบทำกันเองภายในกลุ่ม โดยการบริหารงาน เลขานุการกลุ่มและแม่บ้านและมีวิธีดำเนินงานแบบกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน เป็น 4 ระดับดังนี้

1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ชาวบ้านของหมู่บ้านจอมแจ้งมีส่วนร่วมอย่างยิ่งในการตัดสินใจจะเป็นหมู่บ้านให้บริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ การตัดสินใจเป็นไปด้วยความสมัครใจของครัวเรือน ที่ต้องการเปิดให้บริการ นักท่องเที่ยวเข้ามาพักซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวหลายวัน โดยจะร่วมกันทำกิจกรรมต่างๆ ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น การทำพิธีบายศรีสู่ขวัญ การเล่นดนตรีพื้นเมืองเป็น



ต้น ผู้ใหญ่บ้านและคณะกรรมการหมู่บ้านซึ่งได้รับความนับถือจากชุมชน ให้คัดสรรใจในการ  
 ดำเนินกิจกรรมดังกล่าว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับคนในชุมชนที่ต้องการเผยแพร่  
 วัฒนธรรมของตนแก่ผู้มาเยือน

2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การดำเนินงานให้บริการ  
 บ้านพักแบบโฮมสเตย์ สามารถตอบสนองและพัฒนาสู่กระบวนการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน ได้  
 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของชุมชน แสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้มีความรู้ความสามารถ  
 ในการทำงานและบริหารงานในหมู่บ้าน คนในชุมชนจึงให้ความเคารพ ศรัทธาและเชื่อฟังจาก  
 คนในชุมชน และนอกจากนี้ภายในหมู่บ้านยังประกอบด้วยผู้นำที่ไม่เป็นทางการที่ได้รับความ  
 เชื่อถือ ศรัทธาให้เป็นผู้นำประจำคุ้มต่างๆ อีกด้วย ทำให้เกิดกิจกรรมรวมกลุ่มและการทำงาน  
 ร่วมกัน และการให้ความร่วมมืออย่างดีของสมาชิกในครัวเรือน การปฏิบัติที่ดีต่อนักท่องเที่ยว  
 เป็นไปอย่างธรรมชาติ มีอัธยาศัยที่ดี เนื่องจากความสัมพันธ์ของคนในชุมชนเป็นแบบเสมือน  
 เครือญาติพี่น้องกัน

3) การมีส่วนร่วมประเมินผล ในการดำเนินกิจกรรมเพื่อสร้างความ  
 พึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ชาวบ้านจะทำการประเมินด้วยการพูดคุยกัน ปรึกษากันระหว่าง  
 การทำงาน และมีการแก้ไขปัญหาลเฉพาะหน้าไปด้วย ส่วนคณะกรรมการจะมีการประเมิน โดย  
 การออกแบบสอบถามก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางกลับ จากนั้นนำปัญหาของทั้ง 2 ฝ่ายมา  
 พูดคุยกันเพื่อทำการแก้ไขปัญหาคต่อไป แต่ยังคงการประเมินอย่างเป็นทางการเพื่อหาแนวทาง  
 ร่วมกันอย่างชัดเจน

4) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ การจัดทัวร์วัฒนธรรมแลกเปลี่ยน  
 ความรู้และรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง และก่อให้เกิดรายได้เสริม  
 แก่คนในหมู่บ้านเป็นสำคัญ เนื่องจากชาวบ้านมีรายได้น้อยและราคาผลผลิตทางการเกษตร  
 ตกต่ำ ชาวบ้านจึงตระหนักถึงการมีอาชีพเสริม ชุมชนมีความสมัครใจที่จะเข้าร่วมในการ  
 ดำเนินงานกับผู้นำ ในการจัดตั้ง กิจกรรมบ้านพักโฮมสเตย์ โดยเล็งเห็นประ โยชน์ร่วมกันอีกทั้ง  
 ความต้องการมีรายได้เสริม การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการบ้านพักโฮมสเตย์ จะเห็นได้  
 ว่าชุมชนให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดีในทุกๆด้าน หากขาดความร่วมมือกันระหว่างคนใน  
 ชุมชนแล้ว ทุกฝ่ายจะเสียประโยชน์จากรายได้ และที่สำคัญการจัดทำบ้านพักโฮมสเตย์ของ  
 ชุมชนก็จะเป็นไปอย่างไม่มีประโยชน์

### 2.2.3 บ้านพัก (Accommodation) แบบที่พักรสำหรับนักท่องเที่ยว

(Provision of Accommodation for Tourist)



- 1) ความเต็มใจของสมาชิกในครอบครัวต่อการรับผู้มาเยือน
- 2) บ้านพักมีโครงสร้างที่ดี
- 3) ชุมชนมีสภาพแวดล้อมที่ดี
- 4) ไม่ไกลจากเมืองหรือพื้นที่เทศบาลหรือสถานที่ท่องเที่ยว
- 5) ควรมีสิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นพื้นฐาน อาทิ เช่น
  - (1) ที่นอน หรือ เตียงนอน
  - (2) หมอน
  - (3) น้ำประปาหรือถ้าไม่มีควรมีแหล่งน้ำอื่นๆ
  - (4) ห้องน้ำสะอาด
- 6) มีความปลอดภัย

2.2.4 ตอนการดูแลที่พัก (Home Keeping Produce) ความสะอาดเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับนักท่องเที่ยว ควรมีการทำทำความสะอาดที่พักและบริเวณโดยรอบบ้านพัก อยู่เสมอ อาทิ เปลี่ยนผ้าปูที่นอน อุปกรณ์สำหรับการนอนส่วนตัวทุกครั้งเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพัก เป็นต้น

#### 2.2.5 ความสะอาดของบ้าน

- 1) บ้านพักควรมีอากาศที่สามารถถ่ายเทได้สะดวก แสงสว่างสามารถส่องเข้ามาถึงปราศจากความชื้น ไม่มีกลิ่นอับ มีหลังคาที่สามารถกันน้ำได้ดี ภายในห้องพักต้องได้รับการทำความสะอาดเป็นประจำ
- 2) ต้องมีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน และอุปกรณ์ส่วนตัวสำหรับผู้มาเยือนทุกครั้งหรือมีผู้มาเยือนใหม่เข้ามาพัก
- 3) ต้องหมั่นกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอ
- 4) เนื่องจากห้องน้ำจะเป็นห้องที่ผู้มาเยือนจะมาร่วมใช้ด้วย ดังนั้นต้องเตรียมอุปกรณ์ทำความสะอาดส่วนตัวสำหรับ ผู้มาเยือน (กรณีที่พักมีได้มีการเตรียมมา) และจะต้องมีการทำความสะอาดเป็นประจำ

5) ต้องหมั่นดูแลสภาพแวดล้อมของบ้านพักอยู่เสมอ

#### 2.2.6 ห้องน้ำ (The Bathroom) ห้องน้ำจะเป็นที่ๆ ใช้ร่วมกันทั้ง

ครอบครัวและนักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญก็คือ ความสะอาด จะต้องมีการทำความสะอาดอยู่เป็นประจำและสม่ำเสมอ

#### 2.2.7 ความปลอดภัย ความปลอดภัยถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง

ที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมที่หักเชิงวัฒนธรรม ลักษณะสัมพัทธ์ชนบท ดังนั้น ชมรม/กลุ่ม มวลสมาชิก ควรมีการจัดมาตรการรักษาความปลอดภัย สำหรับเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์เกิดขึ้น เช่น การจัดอบรมให้กับสมาชิกของชุมชน ในการให้การป้องกันอุบัติเหตุต่างๆ หรือการแก้ไขหากเกิดอุบัติเหตุ การขอความร่วมมือจาก เจ้าหน้าที่ตำรวจ หรือองค์การบริหารท้องถิ่นที่รับผิดชอบในพื้นที่ การจัดตั้งเวรยามของชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้เจ้าของบ้านจึงจะต้องมีหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของ ผู้มาเยือนด้วย

2.2.8 ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ต้องมีการดูแลและซ่อมแซมต่างๆ อยู่ตลอดเวลา อาทิ ประตู หน้าต่าง ถ้าเห็นนักท่องเที่ยวไม่เก็บทรัพย์สินไว้ในที่ที่ปลอดภัย ต้องเข้าไปเตือน และถ้านักท่องเที่ยวลืมทรัพย์สินไว้ในบ้านพักหรือที่อื่นๆ ภายหลังการเดินทาง กลับ เจ้าของบ้านควรเก็บไว้ใน ที่ที่ปลอดภัยและพยายามติดต่อเจ้าของเพื่อมารับคืน

2.2.9 ความปลอดภัยของที่พัก การดูแลความปลอดภัยของที่พัก ได้แก่ สมาชิกในบ้านต้องสร้างความคุ้นเคยกับผู้มาเยือน เสมือนญาติสนิท และมีความรู้เรื่องสถานที่ในบ้านและชุมชนเป็นอย่างดี สมาชิกในบ้านต้องหมั่นตรวจตรา ดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในบ้านว่ามีความปลอดภัยหรือไม่ กฎเกณฑ์สำคัญต้องได้รับการเก็บรักษาและดูแลเป็นอย่างดี และทรัพย์สิน เงินสดต่างๆ ต้องเก็บไว้ในที่ที่ปลอดภัย สมาชิกทุกคนต้องคำนึงถึงเรื่องความสำคัญของความปลอดภัยตลอดเวลา

2.2.10 การกำหนดระเบียบและข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว วัฒนธรรม จารีต ประเพณี และความเชื่อ ของแต่ละชุมชนอาจแตกต่างกัน การกำหนดระเบียบ และข้อปฏิบัติสำหรับนัก ท่องเที่ยว อาทิ การแต่งกาย การนอน การกำหนดเวลาการเข้าออก บ้านพัก จึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อมิก่อให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีต ประเพณีและความเชื่อ ของชุมชน นักท่องเที่ยวจะต้องยอมรับและปฏิบัติตาม ทั้งนี้ควรมีการชี้แจงในขั้นตอนการจอง หรือลงทะเบียนการเข้าพัก กรณีที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถปฏิบัติตามได้ก็สามารถที่จะปฏิเสธการ เข้าพักได้เช่นเดียวกัน

2.2.11 การต้อนรับ (Reception) คนไทยเป็นผู้มีจิตใจโอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ดังสำนวนสุภาษิตไทยที่ว่า "เป็นธรรมเนียมไทยแท้แต่โบราณ ใครมาถึงเรือน ชานต้องต้อนรับ" การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยคุณธรรมจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกลง อบอุ่น ควรมีการจัดพื้นที่ต้อนรับในลักษณะจุดศูนย์กลางของชุมชน เพื่อดำเนินการต้อนรับ ลงทะเบียนการเข้าพัก หรือการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว การต้อนรับ อาจให้การต้อนรับ

นักท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมประจำถิ่น เช่น ภาคอีสาน/เหนือ ด้านอาหาร การบายศรีสู่ขวัญ หรือ อาจจะเป็นช็อคโกแลตไม้พวงมาลัยเล็กๆ

ที่สามารถหาได้จากท้องถิ่นมอบให้กับนักท่องเที่ยวก็จะเป็นการสร้างประทับใจได้เมื่อเริ่มเข้าสู่ชุมชน

2.2.12 การจองที่พัก (Reservation) การจองที่พักสามารถทำได้หลายวิธี อาทิ การจองทางไปรษณีย์ การจองทางโทรศัพท์ การจองผ่านเครือข่าย internet การจองที่พัก ควรได้รับการตอบสนองโดยทันที เพื่อเป็นการยืนยันการเข้าพักของนักท่องเที่ยว และถ้ามีเวลา ผู้ประสานงานควรส่งรายละเอียดให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อศึกษาก่อนการเข้าพัก ทั้งนี้ควรแจ้ง ข้อมูลรายละเอียด ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานในประเทศที่รับผิดชอบ พื้นที่ ได้รับทราบเพื่อเป็นช่องทางการตลาดในการเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์ข่าวสารให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไปรับทราบได้

1) ขั้นตอนการจองห้องพักมีดังนี้

1.1) จัดบ้านพักตามลำดับ

1.2) ตอบรับการจอง อาจจะมีการใช้ระบบการเรียกเก็บค่าบริการ

บางส่วนเพื่อเป็นการป้องกันการไม่เข้าพักของนักท่องเที่ยวตามกำหนดเวลา ดังนั้นควรชี้แจง ระยะเวลา ยกเลิกเข้าพักให้กับนักท่องเที่ยว ได้รับทราบด้วย

1.3) เก็บรักษาข้อมูลการจองสำหรับการลงทะเบียนเข้าพักต่อไป

2) การลงทะเบียน (Registration) ในธุรกิจโรงแรมที่พักผู้เข้าพักต้อง ลงทะเบียนเพื่อเป็นหลักฐานและอ้างอิงในอนาคต ส่วนในลักษณะที่พักสัมผัสวัฒนธรรม ชนบท การลงทะเบียนอาจไม่ต้องเป็นรูปแบบเหมือนธุรกิจโรงแรม แต่ควรเป็นรูปแบบการเก็บ ข้อมูลแบบง่ายๆ

ความสำคัญของการลงทะเบียน

1. ทำให้เจ้าของบ้านทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว

2. ช่วยในการจัดเตรียมบ้านพัก

3. ทำให้ทราบวันออกจากที่พักของนักท่องเที่ยวแต่ละคนข้อมูลนี้มี

ความจำเป็นเพราะจะทำให้

4. กลุ่มสามารถวางแผนการเข้าพักของแขกในลำดับต่อไปได้

5. เป็นข้อมูลการเข้าพักให้ผู้ดูแลรักษาความปลอดภัย

6. สามารถตรวจสอบความเคลื่อนไหวของผู้ประพฤตินิยมหรือการหลบซ่อนของอาชญากรได้

ขั้นตอนการต้อนรับและลงทะเบียน

1. ต้อนรับด้วยรอยยิ้มจูงญาติมิตร แจ็งรายละเอียดค่าธรรมเนียมการเข้าพักและบริการต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบ
2. ให้นักท่องเที่ยวกรอกรายละเอียดลงทะเบียนการเข้าพักที่ โฮมสเตย์
3. แจ็งรายละเอียดที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับข้อมูลชุมชน สภาพทั่วไป
4. นำนักท่องเที่ยวไปยังบ้านพัก

2.2.13 การบริการอาหาร เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องพักกับเจ้าของบ้าน อาหารมื้อใดมื้อหนึ่งจึงมีความจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว การนำเสนอรายการอาหารท้องถิ่นจึงเป็นเสน่ห์และจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ มากกว่าการนำเสนอรายการอาหาร เช่นเดียวกับ โรงแรมหรือรีสอร์ท ดังนั้นการวางแผนจัดเตรียมอาหารจึงมีความจำเป็นเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดระหว่างปริมาณอาหารและจำนวนนักท่องเที่ยว

การวางแผนจัดเตรียมอาหารจึงจำเป็นต้องพิจารณาจากปัจจัยหลายๆประการ ได้แก่ ข้อมูลของนักท่องเที่ยวเช่น เชื้อชาติ ศาสนา งบประมาณในการจัดทำอาหาร ปัจจัยด้านฤดูกาล อาหารประจำท้องถิ่น และจำนวนนักท่องเที่ยว

กล่าวโดยสรุป โฮมสเตย์เป็นการจัดการธุรกิจชนิดหนึ่ง หลังจากที่เจ้าของบ้านคิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมถึงค่าตอบแทนการบริการแล้ว จะต้องมียรายได้และผลกำไรเสมอ ซึ่งเป็นรายได้เสริมให้กับชุมชนในพื้นที่นั้น ธุรกิจโฮมสเตย์ จึงมีต้นทุน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เจ้าของบ้านจะต้องคิดคำนวณไว้เป็นต้นทุน เพื่อกำหนดเป็นราคาขาย และราคาบริการให้กับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ เป็นกิจกรรมหนึ่งของการท่องเที่ยวในชนบท นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาไปเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ที่อยู่ในท้องถิ่น หรืออาจอยู่ใกล้เคียงกับท้องถิ่น บางโอกาสจำเป็นต้องเช่าพาหนะ (จักรยาน มอเตอร์ไซด์ เรือพาย รถอีแต๋น รถยนต์ เกวียน ม้าจี่ ) ทั้งเช่าขับเอง หรือเช่าเหมาบริการ ผู้เป็นเพื่อนบ้านที่ให้บริการจะต้องมี (การคิดต้นทุน + ค่าตอบแทน) เป็นราคาค่าบริการให้เช่า ในประเด็นนี้ผู้ศึกษาจะนำไปสร้างข้อคำถามในการสร้างแบบสอบถามด้านราคา เพื่อพิจารณาอัตราค่าบริการมีความเหมาะสมกับการให้บริการเมื่อเทียบกับที่อื่น ราคาเป็นไปตามที่โฆษณาไว้ หรือสามารถปรับราคาได้ตามฤดูกาลท่องเที่ยว วันหยุด นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ราคาก่อนล่วงหน้าเพื่อวางแผนค่าใช้จ่ายการเดินทางท่องเที่ยวและผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในการอภิปรายผลต่อไป

### 3. ส่วนประสมตลาดบริการ

#### 3.1 ความหมาย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2547 : 43-44) ได้กล่าวว่า ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งองค์กรต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และส่วนประสมทางการตลาด

เสรี วงษ์มณฑา (2542 : 11-12) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาดซึ่งประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง การมีสินค้าหรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อ ให้เกิดความพึงพอใจจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน
2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ผู้ซื้อยอมรับได้และยินดีจ่าย เพราะเห็นว่าคุ้มค่า โดยราคาถูกกำหนดจากมูลค่าของสินค้านั้น
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงการจัดหาแหล่งขาย การกระจายสินค้าโดยต้องให้ความสะดวกแก่ผู้ซื้อ ซึ่งการจัดจำหน่ายนั้นต้องรวมถึงองค์ประกอบต่างๆ เช่น ช่องทาง ความครอบคลุม การเลือกคนกลาง ทำเลที่ตั้ง
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง ความพยายามมุ่งใจให้เกิดความชอบในสินค้า หรืออาจหมายถึง กระบวนการติดต่อสื่อสารทางการตลาด โดยใช้คนหรือสื่อเพื่อเตือนความทรงจำ การแข่งขันข่าวสาร

เบลซ์ (Belch, 1969 ; อ้างถึงใน คารา ทีปะปาล, 2541 : 3-4) กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของแผนการตลาด แต่การอาศัยการส่งเสริมการตลาดอย่างเดียวไม่พอ เพราะยังไม่สามารถสื่อสารการตลาดให้แก่ลูกค้าได้ครบถ้วน เพราะแนวคิดการตลาดสมัยใหม่ ถือว่าองค์ประกอบที่เหลืออีก 3 ตัวได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา และการจัดจำหน่ายก็มีส่วนสำคัญอย่างมากในการทำหน้าที่สื่อสารการตลาด

วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 197-198) ได้อธิบายถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ไว้ว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลในการกำหนดแผนการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยภายในขององค์กร ซึ่งองค์การสามารถที่จะทำการควบคุมและกำหนดได้ และสามารถเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยทุกกิจกรรมต้องมีปัจจัยควบคุมได้และหลีกเลี่ยงส่วนใดส่วนหนึ่งไปมิได้ และปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดองค์ประกอบทางการตลาด



ต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่มีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ สภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งทางสังคม เศรษฐกิจ กฎหมาย คู่แข่งและทรัพยากร

ดังนั้นในการจัดทำแผนการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงปัจจัยหลัก 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายในประกอบด้วยความพร้อมของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ความพร้อมของบุคลากร องค์กรที่เกี่ยวข้อง นโยบายด้านการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์ และปัจจัยภายนอกประกอบด้วย สถานการณ์ท่องเที่ยวโลก สถานการณ์ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาพการณ์แข่งขันและกระแสด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ใน ตลาดการท่องเที่ยว จึงได้นำปัจจัยส่วนประสมทางตลาดบริการมาประยุกต์ใช้ ดังนี้

1. ผลិតภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มิได้ หมายถึง ลักษณะรูปทรงของผลผลิตที่เสนอต่อลูกค้าแต่เป็นผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีส่วนประกอบที่สำคัญดังนี้

1.1 ความน่าประทับใจและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และวัฒนธรรม (Destination Attraction and Environment)

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Facilities and Service) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีที่พักประเภทต่างๆ ร้านอาหาร ระบบการขนส่ง กิจกรรมด้านกีฬาและนันทนาการ ร้านขายของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ที่ทำการตำรวจท่องเที่ยว ฯลฯ

1.3 การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of the Destination) ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้น การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวต้องมีการจัดสร้าง ปัจจัยพื้นฐานการผลิต เช่น สนามบิน ทางรถไฟ ท่าเรือ ยวดยานพาหนะที่มีความรวดเร็วและปลอดภัย การส่งเสริมดูแลจากภาครัฐในเรื่องการอำนวยความสะดวกสบายในสิ่งดังกล่าว

1.4 จินตภาพของการท่องเที่ยว (Images of the Destination) ความประทับใจหรือจินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้บุคคลเกิดความใฝ่ฝัน ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพราะมนุษย์มีประสาทแห่งการรับรู้ด้วยตา หูและสมอง ที่สามารถได้เห็น ได้ฟัง และบันทึกการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแล้ว มีความต้องการจะกลับไปเยี่ยมเยือนอีกหรือบอกต่อไปยังบุคคลอื่นๆ

1.5 ราคาที่เสนอต่อผู้บริโภค (Price of the Customer) ราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการท่องเที่ยวที่เสนอต่อผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามฤดู เช่น ฤดูท่องเที่ยวราคาที่แพง แต่ฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวน้อยราคาที่แพงจะถูก นอกจากนี้ราคา

ยังขึ้นอยู่กับบริการและความสะดวกสบายที่ผู้บริโภครจะได้รับด้วย เช่น ที่พักในโรงแรม  
ระดับ 5 ดาว ราคาย่อมแพงกว่าที่พักประเภทหอพัก

2. ด้านราคาของสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยวไม่แน่นอน  
คงที่ มีความยืดหยุ่นสูง ขึ้นอยู่กับฤดูกาล วันหยุด และกิจกรรมซึ่งจัดในการนันทนาการและการ  
ใช้เวลาว่างของผู้บริโภค ราคาเปลี่ยนแปลงตามภาวะทางเศรษฐกิจและการเมือง นอกจากนี้  
ราคายังมีผลกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและการขึ้นลงของน้ำมัน การลดราคาก็เป็นปัจจัย  
หนึ่งในการแข่งขันเพื่อชนะคู่แข่ง การกำหนดค่าบริการด้านการท่องเที่ยวต้องกำหนดล่วงหน้า  
อย่างน้อย 1 ปี เพราะได้พิมพ์ราคาในแผ่นพับ (Brochure) การตั้งราคาก็จะมีส่วนต่อกร  
ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดต้องอาศัย  
เครื่องมือส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย

3.1 การโฆษณา (Promotion) คือ การนำเสนอเกี่ยวกับองค์กรและ/  
หรือผลิตภัณฑ์ขององค์กร ไปยังผู้สนใจ โดยผ่านสื่อมวลชน ดังนั้นสื่อกลางในการโฆษณาได้แก่  
หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ จึงมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของ  
นักท่องเที่ยว

3.2 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) มักจะใช้ร่วมกันกับการ  
โฆษณาและการขายโดยใช้พนักงานขายควบคู่กันไป ได้แก่ การใช้บัตรส่งเสริมการขาย การ  
เสนอเงินคืน การเสนอส่วนลด เป็นต้น

3.3 การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่ง  
ในการส่งเสริมการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยธุรกิจโดยตรง  
ได้แก่ ผู้บริโภค ตัวแทนจำหน่ายพนักงาน รัฐบาล รวมทั้งสาธารณชนส่วนอื่นๆ

3.4 การขายโดยบุคคล (Personal Selling) พนักงานขายสามารถ  
ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง

4. สถานที่ (Place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution) ในด้าน  
วัตถุประสงค์การตลาด สถานที่มิได้หมายถึงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานบริการด้านการ  
ท่องเที่ยว แต่ยังหมายถึง จุดขายทั้งหมดที่ทำให้ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในสถานบริการด้าน  
การท่องเที่ยว

5. ลักษณะบุคคล (People) เป็นพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าผู้รับบริการ

และลูกค้ารายอื่นๆ โดย P-People ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับพนักงานภายในองค์กร ยังนำไปสู่แนวคิดเรื่องการตลาดลูกค้า หรือการบริการภายใน (Internal Marketing, Internal Customers or Internal Services) ที่มุ่งให้ฝ่ายสนับสนุน ต้องให้ความสำคัญในการให้บริการแก่ฝ่ายที่มีหน้าที่บริการลูกค้าโดยตรง เสมือนว่าฝ่ายนั้นเป็นลูกค้า เนื่องจากการบริการนั้นมักต้องเกิดขึ้นพร้อมกัน ระหว่างการผลิตบริการจากพนักงานบริการกับกรบริการบริโภค บริการของลูกค้า จึงต้องวางแผนเรื่องบทบาทของลูกค้ ผู้บริโภค (Employee Roles, Customer Roles) และให้ความสำคัญกับลูกค้าอื่นๆ (Other Customers) ด้วย รวมเรียกว่าลักษณะของบุคคล (People)

6. สิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Physical Evidence) คือสิ่งที่เป็นรูปธรรม มีตัวตนจับต้องมองเห็นได้ ที่เกี่ยวข้องในการบริการซึ่งจะประกอบไปด้วย (1) บทบาทของภูมิทัศน์บริการ (Visible zone : frontstage) ง่ายคือ ส่วนที่เปิดเผยให้เห็นได้ในสายตาของลูกค้า (2) การรับรู้ของลูกค้าและสิ่งนำเสนอทางกายภาพ (Invisible zone : backstage) ก็คือ ส่วนที่ลูกค้าจะไม่ได้เห็น แต่มีความสำคัญมาก

7. กระบวนการบริการ (Process) การกระบวนการในการบริการ ที่กำหนดขั้นตอนการทำงานและหน้าที่ของบุคคลไว้อย่างชัดเจน การบริการหมายถึง การปฏิบัติต่อลูกค้า (ผู้มาเยือน หรือแขก) อย่างเต็มใจ เพื่อให้ลูกค้า (ผู้มาเยือน หรือแขก) เกิดความพึงพอใจ และกลับมาใช้บริการของเราซ้ำอีก เพื่อสนองตอบความต้องการของบุคคลอื่น โดยที่คนในองค์กรจะตอบสนองหรือให้บริการ ประสานความสะดวก รวดเร็ว ความพึงพอใจ และไมตรีตอบสนองแก่ผู้ใช้บริการ การบริการเป็นกิจกรรมที่ไม่อาจจับต้องได้เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเกิดจากจิตใจที่เอื้อยไปด้วยปรารถนาดี ช่วยเหลือเกื้อกูลเอื้ออาทร เกิดจากจิตใจที่มีน้ำใจไมตรี มุ่งที่ให้ความสะดวกเป็นธรรมชาติ โดยบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ดีที่สุดและการบริการที่ดีที่สุด จากทีมงาน และระบบงานภายในองค์กรทั้งสองฝ่าย ที่สามารถสร้างความสนิทสนมและมีสายสัมพันธ์ระหว่างกัน การบริการมีความสำคัญและมีบทบาทเป็นอย่างมากต่อองค์กรไม่ว่าทั้งภาครัฐและเอกชน เนื่องจากการปรับตัวและปัญหาในระบบเศรษฐกิจเองมีการแข่งขันที่ค่อนข้างจะรุนแรง และเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวของการผลิตสินค้า ทำให้สินค้าเกิดการขยายตัวค่อนข้างเร็วมาก เพื่อให้ทันต่อภาวะการเปลี่ยนแปลง และตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ การบริการจึงมีบทบาทต่อความสำเร็จขององค์กรในเชิงพาณิชย์และบริการของภาครัฐ และเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการและยังก่อให้เกิดผลดีต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมากมาย

กล่าวโดยสรุป ส่วนประสมตลาดบริการ ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้

(1) ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว เป็นต้นว่า แม่น้ำโขง วัฒนธรรม วิถีชีวิต (2) ราคา ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวจ่ายในการเข้าพักที่โฮมสเตย์ตามข้อตกลงกันได้ (3) สถานที่สถานบริการด้านการท่องเที่ยว ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว หรือจุดขายที่ทำให้นักท่องเที่ยว (4) การส่งเสริมการตลาด เป็นวิธีการที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการ โฮมสเตย์มากขึ้น มีการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ วิทยุ โทรทัศน์ วารสาร แผ่นพับ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น (5) ลักษณะทางกายภาพ ทำเลที่ตั้ง ลักษณะทางภูมิศาสตร์ การสนับสนุนด้านสาธารณูปโภคในชุมชนนั้นๆ โดยการออกแบบและจัดให้สามารถกระตุ้นให้ผู้เห็นสะดวกตา สวยงาม ซึ่งจะมีผลต่อความประทับใจของนักท่องเที่ยว (6) ลักษณะบุคคล เป็นพนักงานผู้ให้บริการ ลูกค้าผู้รับบริการ และลูกค้ารายอื่นๆ ความเป็นผู้นำ ความรู้ ความเข้าใจ การเผยแพร่ ความตระหนัก และการปรับตัวของประชาชนในชุมชนเพื่อเป็นสิ่งสนับสนุนของการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และ (7) กระบวนการบริการ เป็นการปฏิบัติต่อลูกค้าอย่างเต็มใจ การต้อนรับ การดูแลเอาใจใส่ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความคิดเห็น ประทับใจ พึงพอใจและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ส่วนประเด็นที่ผู้ศึกษาได้สังเคราะห์แล้วนำไปเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ และลักษณะบุคคล

#### 4. การบริการ

##### 4.1 ความหมายของการบริการ

สมเด็จพระติ กิจบรรจง (2534 : 53 ; อ้างถึงใน ประภาส อินทนปสาธน์. 2546 : 25) ได้กล่าวว่า การบริการ หมายถึง วิธีที่เกิดขึ้นจากวิวัฒนาการของธุรกิจเพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าและบริการที่ล้ำเลิศ โดยทีมงานและระบบงาน ภายในองค์กรทั้งฝ่ายขายและฝ่ายสนับสนุนการขายที่สามารถสร้างความสนิทสนมและมีสายสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งเป็นหนทางระหว่างกัน ที่คงความได้เปรียบเอาไว้ นั่นก็คือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยการให้สิ่งที่มีประสิทธิผล มีค่า หรือให้สินค้าที่ล้ำเลิศ

กรอนรูส์ (Gronroos, 1990 : 114) ได้ให้ความหมายของการบริการ หมายถึง กิจกรรมหนึ่งหรือหลายกิจกรรมที่มีลักษณะที่ไม่อาจจับต้องได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณีที่เกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการและลูกค้ากับการบริการสินค้าหรือลูกค้ากับลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยให้ผ่อนคลายปัญหาของลูกค้า

กล่าวโดยสรุป การบริการเป็นกิจกรรมที่ไม่อาจจับต้องได้เป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการเกิดจากจิตใจที่เปี่ยมไปด้วยปรารถนาดีช่วยเหลือเกื้อกูล เอื้ออาทร เกิดจากจิตใจที่มีน้ำใจไมตรี มุ่งที่ให้ความสะดวกเป็นธรรมชาติ โดยการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่ดีที่สุดและการบริการที่ดีที่สุด จากทีมงาน และระบบงานภายในองค์กรทั้งสองฝ่าย ที่สามารถสร้างความสนิทสนมและมีสายสัมพันธ์ระหว่างกัน

#### 4.2 ความสำคัญของการบริการ

ปัจจุบันการบริการมีความสำคัญและมีบทบาทเป็นอย่างมากต่อองค์การไม่ว่าทั้งภาครัฐและเอกชน เนื่องจากการปรับตัวและปัญหาในระบบเศรษฐกิจเองมีการแข่งขันที่ค่อนข้างจะรุนแรง และเทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวของการผลิตสินค้า ทำให้สินค้าเกิดการขยายตัวค่อนข้างเร็วมาก เพื่อให้ทันต่อภาวะการเปลี่ยนแปลง และตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ การบริการจึงมีบทบาทต่อความสำเร็จขององค์การในเชิงพาณิชย์และบริการของภาครัฐ และเข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคหรือผู้รับบริการและยังก่อให้เกิดผลดีต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมากมาย

#### 4.3 คุณลักษณะของการบริการ

การบริการ มีคุณลักษณะแตกต่างกันออกไป จากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทั่วไป โดยที่ การบริการในกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่รับบริการ ซึ่งผู้รับบริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไรจนกว่ากิจกรรมการบริการจะเกิดขึ้น การตัดสินใจจะซื้อบริการจึงจำเป็นต้องขึ้นอยู่กับความไว้วางใจ ซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าที่ทั่วไปที่ผู้บริโภคสามารถหยิบ จับต้องตรวจสอบดูสินค้านั้นก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ สิ่งที่การบริการทำได้คือ ให้คำอธิบายสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงไรหรือควรอ้างอิงประสบการณ์ ผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้ว เช่น บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) มีชื่อเสียงในการให้การบริการมาช้านานผู้โดยสารให้ความไว้วางใจ (วัชรวิชัยเสถียร, 2539 : 47)

จิตตินันท์ เคะชกุลปต์ (2538 : 65) ได้สรุปคุณลักษณะของการบริการว่ามีความแตกต่างจาก ตัวสินค้าในประเด็นดังนี้ สาระสำคัญของการไว้วางใจ (Trust) ถึงที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) ลักษณะที่แยกกันไม่ได้ (Inseparability) ลักษณะไม่คงที่ (Heterogeneity) ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) และลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของ (Non ownership)



ดังนั้นจะเห็นว่า คุณลักษณะการบริการ จึงเป็นการดำเนินการหรือการวางแผนที่จะสนองต่อความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ การบริการประกอบด้วย ผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ และสภาพแวดล้อมการบริการจะต้องมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันในองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วน เพื่อให้เกิดสิ่งที่ดีที่สุดและมีคุณภาพที่สุดต่อผู้รับบริการ

กล่าวโดยสรุป การบริการหมายถึง การปฏิบัติต่อแขก อย่างเต็มใจ เพื่อให้แขกเกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการของเราซ้ำอีก การปฏิบัติด้านการต้อนรับ การอำนวยความสะดวก และการดูแลเอาใจใส่ต่อลูกค้า ที่ผู้ให้บริการต้องกระทำอย่างเต็มใจ และเมื่อแขกได้รับการปฏิบัติอย่างเต็มใจจากผู้ให้บริการแล้ว แขกก็จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ รวมทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ให้บริการซึ่งจะทำให้มีแนวโน้ม ที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำใหม่อีก หรือแนะนำผู้อื่นให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้นในการให้บริการที่ประทับใจนั้น ความสำคัญอยู่ที่ตัวของผู้ให้บริการ ซึ่งจะต้องเป็นบุคคลที่มีคุณสมบัติของผู้ให้บริการที่ดี อันประกอบด้วย เป็นผู้มีทัศนคติที่ดีต่องานให้บริการ และรักในงานให้บริการ มีบุคลิกภาพที่ดี ทั้งบุคลิกภาพภายนอก และบุคลิกภาพภายใน เช่น มีสุขภาพดี แต่งกายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส การพูดจาและกิริยามารยาทที่สุภาพ น่าเชื่อถือ ใจกว้างใจและทำงานคล่องแคล่ว เป็นต้น มีความเต็มใจ ในการปฏิบัติตามคำขอของแขก และสามารถอดทนต่อพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของลูกค้าได้มีสติปัญญาและไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความรับผิดชอบ ซื่อสัตย์ ขยัน และ กระตือรือร้นในการทำงาน ดังนั้นผู้ศึกษาจะนำประเด็นดังกล่าว ไปใช้สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้านลักษณะบุคคล การให้บริการของเจ้าหน้าที่ การบริการสุขอนามัย การบริการอำนวยความสะดวก การให้ข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการบรรยาย อธิบาย กิจกรรมต่างๆ ด้านกระบวนการบริการ บริการด้วยทัศนคติที่ดีต่องานให้บริการและรักในงานบริการ เจ้าของบ้านมีบุคลิกภาพที่ดี ทั้งบุคลิกภาพภายนอกและบุคลิกภาพภายใน เช่น มีสุขภาพดี แต่งกายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส การพูดจาและกิริยามารยาทที่สุภาพ น่าเชื่อถือ ใจกว้างใจ และทำงานคล่องแคล่ว เป็นต้น การบริการด้วยความเต็มใจ ตามคำขอของลูกค้า สามารถอดทนอดกลั้นต่อพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของลูกค้า ผู้ให้บริการมีสติปัญญาและไหวพริบในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี รับผิดชอบ ซื่อสัตย์ ขยัน และกระตือรือร้นในการทำงาน

## 5. ความคิดเห็น

### 5.1 ความหมายของความคิดเห็น

เว็บบสเตอร์ (Webster. 1968 : 1254) ได้ให้ความหมายว่า ความคิดเห็นคือ ความเชื่อที่ไม่ได้ตั้งอยู่บน ความแน่นอน หรือความรู้อันแท้จริง แต่จะตั้งอยู่ในจิตใจ ความเห็นและ

การลงความเห็นของแต่ละบุคคลที่น่าจะเป็นจริงหรือน่าจะตรงตามที่คิดไว้

กู๊ด(Good . 1973 : 339) ให้คำจำกัดความว่า ความคิดเห็นหมายถึง ความเชื่อ การตัดสินใจ ความรู้สึกประทับใจที่ไม่ได้มาจากการพิสูจน์หรือขังน้ำหนักความถูกต้องหรือไม่

เบสท์(Best. 1977 : 169) กล่าวว่า ความคิดเห็นคือ การแสดงออกในด้านความเชื่อและความรู้สึกของแต่ละบุคคล โดยการพูดที่นำไปสู่การคาดคะเน หรือการแปลผลในพฤติกรรมหรือเหตุการณ์

ไอซ์ แซก(Isaak. 1981 : 203) ให้ความหมายว่าความคิดเห็น คือ การแสดง ออกทางคำพูดหรือคำตอบ ที่บุคคลได้แสดงออกต่อสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยเฉพาะจากคำถามที่ได้รับทุกๆ ไป ซึ่งปกติแล้วความคิดเห็นต่างจากเจตคติ คือ ความคิดเห็นจะเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยเฉพาะแต่เจตคติ จะเป็นเรื่องทั่วไป ซึ่งมีความหมายกว้างกว่า

จากการให้ความหมายของความคิดเห็นของท่านทั้งหลาย ผู้ศึกษาได้สรุปความหมายของความคิดเห็นกล่าวคือ ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึก ทศนคติ ความเชื่อ และค่านิยมของแต่ละบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ เรื่องราว หรือสถานการณ์ต่างๆ ที่ประสบในสังคม โดยมีพื้นฐาน มาจากภูมิหลังทางสังคม ความรู้ ประสบการณ์ และสภาพแวดล้อมต่างๆ ของบุคคลนั้นๆ โดยไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว

## 5.2 ประเภทของความคิดเห็น

เรียมเมอร์(Remmer. 1954 : 6-7) กล่าวว่าความคิดเห็นมี 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ความคิดเห็นเชิงบวกสุด – เชิงลบสุด (Extreme opinion) เป็นความคิดเห็นที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ ซึ่งสามารถทราบทิศทางได้ ทิศทางบวกสุด ได้แก่ ความรักจนหลงทิศทางลบสุด ได้แก่ ความรังเกียจ ความคิดเห็นนี้รุนแรงเปลี่ยนแปลงยาก
2. ความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ(Cognitive contents) การมีความเห็นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ความรู้ความเข้าใจในทางที่ดี ชอบ ยอมรับ เห็นด้วย ความรู้ความเข้าใจในทางที่ไม่ดี ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย

## 5.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

การแสดงความคิดเห็นเป็นเรื่องของแต่ละบุคคล ซึ่งความคิดเห็นของ

แต่ละคนต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งแม้เป็นเรื่องเดียวกัน ไม่จำเป็นต้องเหมือนกันเสมอไปและอาจแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานของแต่ละบุคคลที่ได้รับมาจนมีอิทธิพลต่อการแสดงความคิดเห็น

ออสแคมป์(Oskamp. 1977 : 119-133 ) ได้สรุปปัจจัยที่ทำให้เกิดความคิดเห็นดังนี้

1. ปัจจัยทางพันธุกรรมและร่างกาย (Genetic and physiological factors ) เป็นปัจจัยตัวแรกที่ไม่ค่อยจะได้พูดถึงมากนัก โดยมีการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านพันธุกรรม จะมีผลต่อระดับความก้าวร้าวของบุคคล ซึ่งจะมีผลต่อการศึกษา เจตคติ หรือความคิดเห็นของบุคคลนั้นๆ ได้ ปัจจัยด้าน ร่างกาย เช่น อายุ ความเจ็บป่วย และผลกระทบจากการ ใช้ยาเสพติดจะมีผลต่อความคิดเห็นและเจตคติของบุคคล เช่น คนที่มีความคิดอนุรักษนิยมมักจะเป็นคนที่มีอายุมาก เป็นต้น

2. ประสบการณ์โดยตรงของบุคคล (Direct personal experience ) คือ บุคคลได้รับความรู้สึกและความคิดต่างๆจากประสบการณ์โดยตรง เป็นการกระทำหรือพบเห็นต่อสิ่งต่างๆ โดยตนเอง ทำให้เกิดเจตคติหรือความคิดเห็นจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับ เช่น เด็กทารกที่แม่ได้ป้อนน้ำส้มคั้นให้ทาน เขาจะมีความรู้สึกชอบ เนื่องมาจากน้ำสั้มหวาน เย็น หอม ชื่นใจ ทำให้เขามีความรู้สึกต่อน้ำสั้มน้ำที่ได้อทานเป็นครั้งแรกเป็นประสบการณ์ โดยตรงที่เขาได้รับ

3. อิทธิพลจากครอบครัว ( Parental influence ) เป็นปัจจัยที่บุคคลเมื่อเป็นเด็กจะได้รับอิทธิพลจากการอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่และครอบครัว ทั้งนี้เมื่อตอนเป็นเด็กเล็กๆจะได้รับการ อบรมสั่งสอน ทั้งในด้านความคิด การตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกาย การให้รางวัลและการลงโทษ ซึ่งเด็กจะได้รับจากครอบครัว และจากประสบการณ์ที่ตนเองได้รับมา

4. เจตคติและความคิดเห็นของกลุ่ม ( Group determinants of attitude ) เป็นปัจจัย ที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อความคิดเห็นหรือเจตคติของแต่ละบุคคล เนื่องจากบุคคลจะต้องมีสังคมและอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม ดังนั้น ความคิดเห็นและเจตคติต่างๆ จะได้รับการถ่ายทอดและมีแรงกดดันจากกลุ่ม ไม่ว่าจะเพื่อนในโรงเรียน กลุ่มอ้างอิงต่างๆซึ่งทำให้เกิดความคล้อยตามเป็นไปตามกลุ่มได้

5. สื่อมวลชน ( Mass media ) เป็นสื่อต่างๆที่บุคคลได้รับสื่อเหล่านี้ ไม่ว่าจะหนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ จะมีผลทำให้บุคคลมีความคิดเห็นมีความรู้สึกต่างๆเป็นไปตามข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจากสื่อ

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้ศึกษาสรุปว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล คือปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของบุคคลโดยตรง เช่น เพศ อายุ รายได้ และปัจจัยสภาพแวดล้อม คือปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของบุคคล โดยอ้อม เช่น สื่อมวลชน กลุ่มที่เกี่ยวข้อง และครอบครัว ซึ่งผู้ศึกษาจะได้นำไปเป็นกรอบแนวคิด ตัวแปรอิสระ คือลักษณะส่วนบุคคลของนักทอ่งเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ รายได้

#### 5.4 การวัดความคิดเห็น

เบสท์(Best. 1977 : 171) กล่าวว่า การวัดความคิดเห็น โดยทั่วๆ ไป จะต้องมีองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ บุคคลที่จะถูกวัด สิ่งเร้าและมีการตอบสนองซึ่งจะออกมาในระดับสูงต่ำ มากน้อย วิธีวัดความคิดเห็นนั้น โดยมากจะใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โดยให้ผู้ที่ตอบคำถามเลือกตอบแบบสอบถามและผู้ถูกวัดจะเลือกตอบความคิดเห็นของคนในเวลานั้น การใช้แบบสอบถามสำหรับวัดความคิดเห็นนั้นใช้การวัดแบบลิเคิร์ท โดยเริ่มด้วยการรวบรวมหรือการเรียบเรียงข้อความที่เกี่ยวกับความคิดเห็นจะต้องระบุให้ผู้ตอบตอบว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย กับข้อความที่กำหนดให้ ซึ่งข้อความแต่ละข้อความจะมีความคิดเห็นเลือกตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เนื่องจากความคิดเห็นและทัศนคติมีความหมายและลักษณะต่างๆ ใกล้เคียงกันมาก ดังนั้นการวัด ความคิดเห็นจึงใช้วิธีการวัดทางทัศนคติได้ด้วย แต่เนื่องจากทัศนคติเป็นพฤติกรรมภายใน และไม่สามารถทราบได้เลยว่าบุคคลมีทัศนคติอย่างไร ดังนั้นจึงต้องใช้วิธีการอนุมานจากพฤติกรรมภายนอกที่บุคคลแสดงออก และมีวิธีการวัดหลายๆ อย่างด้วยกัน (นีออน กลิ่นรัตน์, 2525)

1. การรายงานตนเอง เป็นการวัดทัศนคติโดยวิธีการให้ผู้ถูกวัด รายงานตนเองถึงความรู้สึก ทำที่ต่อสิ่งนั้นๆ อาจเป็นไปในรูปทางบวกหรือทางลบ ไม่ได้แยกวัดองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านความคิด ความรู้สึก หรือด้านพฤติกรรม แต่จะวัดเพียง ดี-ไม่ดี สนับสนุน-คัดค้าน เห็นด้วย-ไม่เห็นด้วย มาตราวัด ทัศนคติแบบนี้แบ่งออกได้หลายประเภท เช่น มาตรวัดของลิเคิร์ท (Likert - type scales) ได้สร้างมาตรวัด ทัศนคติ โดยพัฒนามาจาก ของ Thurstone มีข้อความทั้งทางบวกและทางลบปะปนกัน ส่งไปให้ผู้ตอบคัดเลือกว่า ข้อความใดตรงกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบมากที่สุด ซึ่งมี 5 ระดับ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่มีความเห็น ไม่เห็นด้วย ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง แต่จากการใช้มาตรวัดแบบนี้มักจะพบว่าผู้ตอบที่ช่อง

ไม่มีความเห็นเป็นส่วนมาก จึงมีการใช้คำว่า เห็นด้วยเพียงเล็กน้อย และไม่เห็นด้วยเพียงเล็กน้อย แทนคำว่าเฉยๆ เพื่อให้สามารถวัดความเห็นของผู้ตอบได้

2. การสังเกตพฤติกรรม การสังเกตพฤติกรรมภายนอกของบุคคลเป็นอีกวิธีหนึ่งที่ทำให้ทราบถึงทัศนคติของบุคคลได้ ซึ่งอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ประกอบด้วย เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์อธิบายเพิ่มเติม

นอกจากนั้นอาจจะใช้วิธีการต่างๆ ต่อไปนี้เพื่อวัดทัศนคติหรือความคิดเห็นได้แก่

1. การใช้วิธีการกึ่งสะท้อนภาพ เช่น การให้ผู้ถูกศึกษาบรรยายภาพที่มองเห็น ไม่ชัดเจน หรือให้เติมคำหรือข้อความ หรือให้พูดคำใดคำหนึ่งที่นึกขึ้นได้ทันที หลังจากที่ได้รับคำที่ต้องการวัด

2. ผลการทำแบบทดสอบแบบปรนัย คือการเลือกคำตอบจากแบบทดสอบแบบปรนัย ในตัวเลือกที่ไม่ถูกต้อง และแสดงถึงความลำเอียงในเรื่องนั้น โดยจะต้องมีคำตอบที่ถูกต้องไว้ด้วย

3. การวัดจากปฏิกิริยาของร่างกาย เนื่องจากว่าขณะที่ร่างกายเกิดอารมณ์จะมีปฏิกิริยาของร่างกายที่สามารถวัดได้ เช่น การใช้เครื่องวัดการตอบสนองของผิวหนัง การวัดจากอัตราการเต้นของหัวใจ การบีบตัวของหลอดเลือด การหดและการขยายตัวของม่านตา สิ่งเหล่านี้จะทำให้รู้ถึงความเข้มข้นของทัศนคติ แต่ไม่สามารถบอกทิศทางว่าเป็นไปในทางลบหรือทางบวก

4. การวัดด้วยการแสดงออกทางใบหน้า แบบนี้แบ่งเกณฑ์การวัดออกเป็นอาการของปาก กล่าวคือ ถ้าริมฝีปากโค้งขึ้นก็แสดงว่ามีความเห็นด้วย ถ้าริมฝีปากอยู่ในระดับแนวราบหรือปากคิแสดงว่า ไม่แสดงความคิดเห็นหรือไม่แน่ใจ แต่ถ้าริมฝีปากโค้งลงล่างแสดงให้เห็นว่าไม่เห็นด้วย

กล่าวโดยสรุป การวัดทัศนคติส่วนใหญ่จะใช้วิธีการแบบรายงานตนเอง เพราะสามารถจัดเก็บข้อมูลได้จากคนกลุ่มใหญ่ ซึ่งอาจกระทำได้โดยการสัมภาษณ์ ซึ่งมีทั้งแบบสัมภาษณ์ ที่มีลักษณะคำถามไว้ให้เลือกตอบ และลักษณะคำถามที่ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่ หรืออาจใช้แบบสอบถามซึ่งสามารถใช้ได้รวดเร็วข้อมูลที่ตีความสามารถนำไปอธิบายได้กว้างขวาง แต่มีข้อจำกัด เพราะอาจได้ข้อมูลไม่ตรงกับความเป็นจริงกับพฤติกรรมของเขา เนื่องจากบุคคลเกิดความระมัดระวังในการตอบแบบสอบถาม เพราะฉะนั้นการวัดทัศนคติจึงควรใช้หลายๆ วิธีประกอบกันเพื่อช่วยเสริมข้อบกพร่องในวิธีใดวิธีหนึ่ง



เพื่อให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ศึกษาจะนำวิธีการวัดความคิดเห็นหลายๆวิธีนี้ไปสร้างเป็นแบบสอบถามให้มีหลายตอน เพื่อให้ได้คำตอบที่ครบถ้วนและครอบคลุมเนื้อหา คือ มีทั้งแบบสอบถามที่สามารถเลือกตอบได้ โดยวัดความคิดเห็นแบบลิเคิร์ต เริ่มด้วยการรวบรวมหรือการเรียบเรียงข้อความที่เกี่ยวกับความคิดเห็นจะต้องระบุให้ผู้ตอบตอบว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย กับข้อความที่กำหนดให้ ซึ่งข้อความแต่ละข้อความจะมีความคิดเห็นเลือกตอบออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่แน่ใจ ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และแบบสอบถามอีกอย่างคือ แบบสัมภาษณ์ที่เป็นคำถามปลายเปิด ( Open-end question ) ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถแสดงความคิดเห็นเต็มที่โดยอิสระเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการให้บริการ โฮมสเตย์ จังหวัดหนองคาย ที่ดียิ่งขึ้น

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มิสรา สามารถ (2543 : ก-ข) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น ชุมชนท้องถิ่นบ้านถ้ำลอด บ้านเขาลวด บ้านคลองช้าง บ้านโคกเกตุ และบ้านโขงกุดหวาย พบว่า

1. ลักษณะการก่อตัวของกลุ่มในชุมชนท้องถิ่นเพื่อการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 3 แบบคือ 1) แบบที่เกิดขึ้นตามความต้องการของชุมชนท้องถิ่นเอง 2) แบบเกิดขึ้นตามภารกิจขององค์กรปกครองท้องถิ่น และ 3) แบบที่เกิดขึ้นจากแรงกระตุ้นของภาคราชการในพื้นที่
2. การตัดสินใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น มีหลายประเด็น ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่นได้ร่วมกันพิจารณาว่าสมควรจะดำเนินกิจการหรือไม่ วางแผนดำเนินการตามขั้นตอนและกำหนดกิจกรรมต่างๆ ที่มีเช่น การประชุมหมู่บ้านหรือการจัดเวทีประชาคม การประสานขอความรู้และความร่วมมือกับฝ่ายต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกชุมชน และประเด็นเรื่องผลประโยชน์ที่สมาชิกควรได้รับจากกองทุนในลักษณะเงินปันผล
3. การรวมตัวกันเป็นกลุ่ม/องค์กร ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมโดย การจัดตั้งคณะกรรมการที่ดำเนินกิจการท่องเที่ยวด้วยการเลือกตั้งตามระบอบประชาธิปไตยจากสมาชิกในชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีภารกิจ และ โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายต่างๆ ของชุมชนท้องถิ่นในการดูแล
4. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับความคิดเห็นของสมาชิกในชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การกำหนดจุดท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่น่าสนใจ รูปแบบการให้บริการแก่

นักท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ประกอบการท่องเที่ยว วัฒนธรรมที่ควรอนุรักษ์ งานประเพณีท้องถิ่น และการขายของที่ระลึกจากผลิตภัณฑ์หรือหัตถกรรมพื้นบ้าน

5. การปฏิบัติงาน การแบ่งภารกิจ มีส่วนร่วม โดย 1) เป็นเครือข่ายความร่วมมือเพื่อระดมและผนึกกำลังกันเสริมสร้างการท่องเที่ยวชุมชน 2) การแบ่งภาระหน้าที่ให้เกิดความชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อนเพื่อให้การบริหารจัดการเป็นไปด้วยความยุติธรรม

6. ทูตทางสังคม คือ 1) ความรู้พื้นบ้านและภูมิปัญญาชาวบ้าน การอนุรักษ์ประเพณีและวัฒนธรรมตามวิถีดั้งเดิม ซึ่งเรียบง่ายแตกต่างและหายากจากสังคมสมัยใหม่ 2) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นด้วยความรักและหวงแหน 3) การดำรงชีวิตประจำวันแบบวิถีไทยด้วยสมุนไพรนานาชนิด

7. ผลตอบแทนหรือประโยชน์อื่นๆ ได้แก่ เงินรายได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว การขายผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน การเปิดร้านค้าขายอาหารและของที่ระลึก

8. การพัฒนาชุมชน ซึ่งเป็นผลรวมในลักษณะนามธรรม ได้แก่ ความรัก ความสามัคคีในชุมชนและลดความขัดแย้ง การเรียนรู้ในสิ่งใหม่จากความสัมพันธ์กับบุคคลภายนอก ความรู้สึกหวงแหนในสิ่งที่ดีงามของชุมชนทั้งขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน

กฤษฎา ยะการ (2543 : ก-ข) ได้ทำการศึกษาความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนตำบลแม่ทราย อำเภอร้องกวาง จังหวัดแพร่ พบว่า (1) ประชาชนตำบลแม่ทรายมีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับมาก (2) ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่แตกต่างกัน (3) ประชาชนคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน มีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน (4) ประชาชนที่ได้รับข้อมูลข่าวสารเชิงนิเวศแตกต่างกันและมีความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่แตกต่างกัน

สัมฤทธิ์ วิชัยทา (2543 : ก-ข) ได้ผลศึกษาความเข้มแข็งของประชาสังคมตำบลในการดูแลรักษาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมว่า การรวมกลุ่มของประชาชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของประชาสังคมตำบลยังมีน้อย เนื่องจากขาดผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง ประชาชนขาดความรู้ความเข้าใจและตระหนักในเรื่องทรัพยากรสิ่งแวดล้อม รวมทั้งขาดอุดมการณ์การมีส่วนร่วมทั้งในระดับองค์กรหมู่บ้านและปัจเจกกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนจำเป็นต้องให้ความเข้าใจแก่

ประชาชน เพื่อให้มีการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมต่างๆ บนพื้นฐานของความสามัคคีและความผูกพันกันในชุมชน

พนิดดา สิงห์ครา (2544 : ก-จ) ศึกษาศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์บ้านห้วยฮี ตำบลบุลึง อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นักท่องเที่ยวจะพักแรมในชุมชนเสมือนเป็นสมาชิกในครอบครัวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนแห่งนี้ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวมากกว่า 4 ปีแล้ว สามารถสร้างรายได้ให้สมาชิก 200 – 600 บาท / เดือน ซึ่งเป็นที่พอใจของชุมชนเพราะทรัพยากร วัฒนธรรม วิถีชีวิต ถูกรักษาไว้ภายใต้การจัดการท่องเที่ยว

เสาวลี ทองเจิม (2544 : ก-จ) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาสถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาพระแทว จังหวัดภูเก็ต ผลของการศึกษา สรุปได้ดังนี้ สภาพปัจจุบันการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวสถานีพัฒนาและส่งเสริมสัตว์ป่าเขาพระแทว อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต อยู่ในขั้นเตือนภัย เนื่องจากองค์ประกอบของการจัดการสภาพแวดล้อมบางตัวมีความทรุดโทรมควรได้รับการปรับปรุง

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวสถานีพัฒนาและส่งเสริมการอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาพระแทว อยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาที่มีผลกระทบ โดยตรง และ โดยอ้อมต่อทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวกโดยการเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประโยชน์อย่างคุ้มค่าจนถึงรุ่นลูกหลานต่อไป

พุลทรัพย์ สวนเมือง และคณะ (2544 : ก-จ) ทำการศึกษา โครงการรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในพื้นที่ จังหวัดสุรินทร์และร้อยเอ็ด ผลของการศึกษาพบว่า ชุมชนมีทัศนคติไม่ดีกับการท่องเที่ยวที่ผ่านมา กล่าวคือชุมชนเชื่อว่าการท่องเที่ยวที่ผ่านมาทำลายความเข้มแข็งและวัฒนธรรมชุมชน นอกจากนี้รัฐยังแย่งการจัดการไปจากประชาชน ชุมชนส่วนใหญ่ไม่รู้จักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน แต่ก็คาดว่าการท่องเที่ยวที่จัดโดยชุมชนจะช่วยอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิมเอาไว้ถ้าชุมชนจัดการท่องเที่ยว โดยตนเอง วัตถุประสงค์อันดับแรกที่ชุมชนต้องการคือ การสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน อันดับที่สองคือเพื่อการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น ส่วนการเผยแพร่ของดีของชุมชนและการศึกษาร่วมกันของชุมชนเป้าหมายกับนักท่องเที่ยวเป็นวัตถุประสงค์อันดับรองลงมา

ชุมชนเป้าหมาย 5 แห่ง ได้ทดลองจัดการท่องเที่ยวขึ้นและพบว่า

1. รูปแบบการจัดกิจกรรมในชุมชน เช่น การสาธิตการทอผ้า และย้อมสี การนั่งช้าง การแสดงดนตรี การจัดอาหารพื้นบ้าน การนวด และอบสมุนไพรนั้น มีลักษณะเป็นทางการหรือเป็นวิชาการเหมือนการจัดการดูงานมากกว่าการจัดการท่องเที่ยว การผสมผสานระหว่างความรู้และความเพลิดเพลิน

2. บ้านพักและการจัดอาหารพื้นบ้าน ยังมีมาตรฐานที่แตกต่างกัน

3. ชุมชนมีข้อจำกัดในการเป็นมัคคุเทศก์

4. การเตรียมตัวชุมชน ก่อนข้างดี มีเพียงสองชุมชนที่การประสานงานระหว่างตัวแทนที่เข้าร่วมประชุมกับคนในชุมชนยังชดเชยตั้งแต่การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวก็ยังมีน้อย รายได้ส่วนที่ชาวบ้านได้รับค่อนข้างน้อย แต่นักท่องเที่ยวก็ยังรู้ดีกว่าราคาค่าท่องเที่ยวอาจจะแพงเกินไป

5. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับพอใช้ แต่ชุมชนมีความพึงพอใจในการที่ได้จัดการท่องเที่ยว เพราะชุมชนพบว่า การท่องเที่ยวได้ทำให้เกิดความร่วมมือในชุมชน เกิดรายได้ช่วยให้ชุมชนสะอาด สร้างโอกาสให้คนในชุมชนได้แลกเปลี่ยนทัศนคติกับบุคคลภายนอก และทำให้เกิดความภาคภูมิใจในหมู่บ้านและวัฒนธรรมของตน

6. ชุมชนมีความรู้และมีส่วนร่วมน้อยมากในด้านการจัดการท่องเที่ยว

ท้ายที่สุดการศึกษา ได้เสนอแนะให้มีการศึกษาศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นที่สำคัญคือ

1. รวบรวมข้อมูลพื้นฐานของชุมชนเพื่อเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว

2. พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวและพยายามสร้างกลไกการตลาดให้เกิดขึ้น

3. สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนเป้าหมายและเครือข่ายการท่องเที่ยว

นาถพิมล วาดสันทัก (2545 : ก-ข) ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงแสน จังหวัดเชียงราย ผลของการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์พบว่า เมืองประวัติศาสตร์เชียงแสนมีจุดแข็งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวคือ มีเอกลักษณ์ มีประวัติศาสตร์และโบราณสถานที่น่าสนใจ แต่ต้องการมีการปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อนคือสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค การบริหารจัดการ การสร้างกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์สำหรับโอกาสในการพัฒนา คือ หน่วยงานราชการมีนโยบาย แผนงานและให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงแสน ตลอดจนการค้าขายกับประเทศจีน ด้านอุปสรรคต่อการพัฒนา คือ ขาดงบประมาณ ประชาชนขาดจิตสำนึกในการหวงแหนมรดกทางการท่องเที่ยว บุคลากรไม่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์



ส่วนการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ พบว่า จะต้องมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่น ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สมบูรณ์ และมีเอกลักษณ์ ตลอดจนการปรับปรุงสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ดีขึ้น สำหรับราคาการเข้าชมสถานที่นั้น จะต้องมีการกำหนดราคาให้สูงขึ้นให้เหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และเพื่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และกำหนดราคาให้มีความหลากหลาย การจัดจำหน่ายควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต และเคอร์เตอร์ประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการตลาดควรเพิ่มการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น

จรัญ อินทนนท์ (2545 : ก-ข) ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชน ในการจัดการการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา บ้านโป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ผลของการศึกษาพบว่า

1. ประชาชนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษาและมีอาชีพรับจ้าง
2. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวในด้านการเสนอความคิดเห็น การวางแผนและการตัดสินใจ การปฏิบัติการ การแบ่งปันประโยชน์เกิดจากการดำเนินงาน การติดตามและการประเมินผล อยู่ในระดับปานกลาง
3. ความต้องการการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการจัดการการท่องเที่ยวในด้านการเสนอความคิดเห็น การวางแผนและการตัดสินใจ การปฏิบัติการ การแบ่งปันผลประโยชน์เกิดจากการดำเนินงาน การติดตามและการประเมินผลอยู่ในระดับปานกลาง
4. เพศ อายุ และระดับการศึกษาไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยว แต่อาชีพไม่มีผลต่อความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยว
5. แนวทางที่เหมาะสมในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของประชาชนคือ การกำหนดมาตรฐานและการชี้วัดการประเมินในระดับบุคคล ชุมชน และสภาพแวดล้อมทั้งนี้เพื่อความความเป็นระบบหรือมาตรฐานในการบริหารจัดการ การแบ่งบทบาทหน้าที่ การจัดสรรผลตอบแทนที่เหมาะสม และโปร่งใสตรวจสอบได้ และเพื่ออนุรักษ์สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้ได้อย่างยั่งยืนชั่วลูกชั่วหลาน

รุ่งนภา จันทวิสมบูรณ์ (2546 : ก-ข) ได้ศึกษา การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาประวัติศาสตร์เชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา การมีส่วนร่วมของชุมชน และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ โดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 308 คน และสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้อง 4 คน ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนประกอบด้วย การพัฒนา



ทางด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สะอาด ปลอดภัยต่อการเดินทาง การบริหารจัดการในเรื่องการกำหนดนโยบาย กำหนดผังเมือง ควบคุมการก่อสร้างรวมถึงการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์ โบราณสถานและ โบราณวัตถุ ด้วยการดูแล ทำนุบำรุง บูรณะซ่อมแซม โบราณสถานให้ยืนยงตราบเท่านั้น

มัลลิกา เกื้อปัญญา (2542 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้งในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกในทุกๆ ด้าน ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในด้าน เพศ อายุ อาชีพและภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความคาดหวังต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในด้าน อายุ อาชีพและภูมิลำเนาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวในด้าน เพศ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้งไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พัชรา ลากลือชัย (2546 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรีและตลาดน้ำท่าคา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 -24 ปี สถานภาพโสด การศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาหรือ ปวช. อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 6,500 บาท ในส่วนของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำท่าคาแตกต่างกัน โดยระดับความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคาสูงกว่าระดับความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก และให้ความสำคัญกับสภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนในตลาดน้ำมากที่สุด ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางที่แตกต่างกัน และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำท่าคา ได้แก่ อายุที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้มีอายุน้อยจะมีความพึงพอใจมากกว่าผู้มีอายุมากและความคาดหวังต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำท่าคาที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความพึงพอใจ

กล่าวโดยสรุป จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพอจะสรุปเป็นข้อสรุป ดังนี้

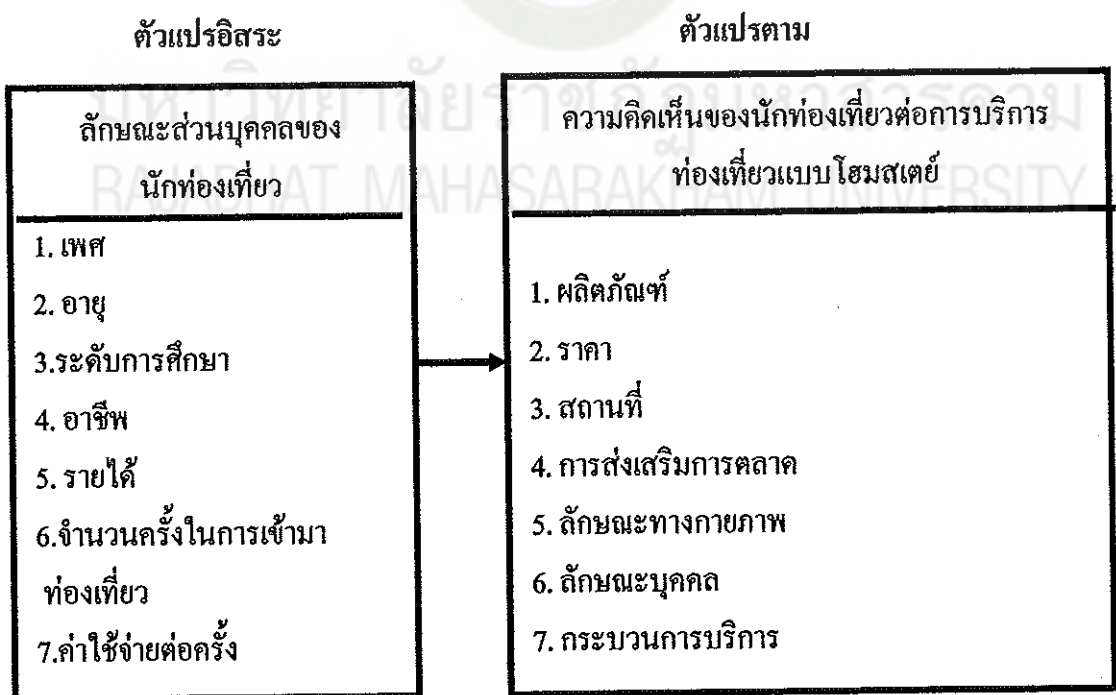
1. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนครั้งในการเข้ามาท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้ง

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อบริการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ 7 ด้าน ดังนี้ ผลិតภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ ลักษณะบุคคล และ กระบวนการบริการ

ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะนำตัวแปรดังกล่าวไปกำหนดเป็นตัวแปรสำหรับการศึกษา เรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ จังหวัดหนองคาย

### กรอบแนวคิดการศึกษา

การศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ จังหวัดหนองคาย ผู้ศึกษาได้นำปัจจัยทางการตลาดบริการ (Service Marketing) อันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด ลักษณะทางกายภาพ บุคคล และบริการ ของ วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 199) มากำหนดเป็นกรอบในการศึกษาดังภาพประกอบที่ 1 ต่อไปนี้



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา