

ความรู้และทัศนคติของผู้ประกอบการที่พัก ที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว: โฮมสเตย์ บ้านปราสาท

Effects of Knowledge and Attitude of Entrepreneurs to Green Tourism: Ban Prasat Homestay

วิมล วิวัฒน์เจริญ^{1,*}, ลิตาภา เกื้อคลัง², วณิดา พลศรี³
และชุตินา วุฒิสิงห์ชัย⁴
Wimon Wiwatcharoen^{1,*}, Sitapha Kueaklang²,
Vanida Phonsri³ and Chutima Wootisingchai⁴

รับบทความ 15 กุมภาพันธ์ 2562 แก้ไข 2 มีนาคม 2562

ตอบรับ 6 มีนาคม 2562

Received 15 February 2019 Revised 2 March 2019

Accepted 6 March 2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้และทัศนคติของผู้ประกอบการที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว: โฮมสเตย์ บ้านปราสาทการท่องเที่ยวสีเขียวตามแนวคิด 7 Greens ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนาและสถิติในการทดสอบสมมติฐาน χ^2

ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ส่วนใหญ่มีความรู้ต่อการท่องเที่ยวสีเขียวระดับปานกลางมีทัศนคติเห็นด้วยกับท่องเที่ยวเขียว มีค่าเฉลี่ย 4.16 โดยทัศนคติด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีลำดับสูงสุด มีค่าเฉลี่ย 4.59 แต่ทัศนคติด้านหัวใจสีเขียวมีลำดับต่ำสุด มีค่าเฉลี่ย 3.38 เพศ อายุ ระดับการศึกษาสถานภาพการสมรส รายได้จากกิจการโฮมสเตย์ เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวสีเขียวส่วนระยะเวลาที่ดำเนินกิจการโฮมสเตย์ ไม่สามารถทดสอบสมมติฐานได้เพราะตัวแปรมีกลุ่มเดียว

คำสำคัญ: ความรู้ ทัศนคติ ผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวสีเขียว

¹ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา, 30000
Lecture, Faculty of Science and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan, NakhonRatchasima 30000, Thailand

² อาจารย์ประจำ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา, 30000
Lecture, Faculty of Science and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan, NakhonRatchasima 30000, Thailand

³ อาจารย์อัตราจ้าง คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา, 30000
Contract Teacher, Faculty of Science and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan, NakhonRatchasima 30000, Thailand

⁴ พนักงานอัตราจ้าง คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน นครราชสีมา, 30000
Office Staff, Faculty of Science and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Isan, NakhonRatchasima 30000, Thailand

* Corresponding author, e-mail: wimon1128@gmail.com

ABSTRACT

The research was aimed to study knowledge and attitude of accommodation entrepreneurs towards green tourism: Ban Prasart Homestay. Green tourism under 7 greens concept. The sample used in the study included homestay entrepreneurs. The tools of data collection was a questionnaire. The statistics used for analyzing data included descriptive statistics and chi-square test.

It was found that the most of homestay entrepreneurs have knowledge about green tourism in the medium level. The samples had attitude agreed with homestay entrepreneurs toward green tourism with $\bar{X} = 4.16$. The attitude of Green Plus was the highest level with $\bar{X} = 4.59$ but the attitude of Green heart was the lowest level with $\bar{X} = 3.38$. There was no statically significant relationship between sex, age, education, marital status, income and attitude of homestay entrepreneurs toward green tourism but time of operation could not test the hypothesis because the variable had one group.

Keywords: Knowledge, Attitude, Entrepreneur, Green Tourism

บทนำ

แนวโน้มในปี 2561 คาดว่าประเทศไทยจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวรวมกว่า 37 ล้านคน มีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมประมาณ 3 ล้านล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 แบ่งเป็นรายได้จากตลาดต่างประเทศ 2 ล้านล้านบาท และรายได้จากตลาดคนไทยเที่ยวในประเทศประมาณ 1 ล้านล้านบาท (World Travel and Tourism Council, 2018, น.1)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้คาดว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกมีส่วนในการก่อให้เกิดปัญหาภาวะโลกร้อน กิจกรรมต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปล่อยก๊าซเรือนกระจกสู่ชั้นบรรยากาศ 1,307 ล้านตัน (ค.ศ. 2006) หรือร้อยละ 5 ของก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดจากการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยว การเดินทางข้ามประเทศ โดยเกิดจากการคมนาคมทางอากาศร้อยละ 40 การขนส่งทางบก ร้อยละ 32 การขนส่งอื่น ๆ ร้อยละ 3 และที่พักแรมสร้างมลภาวะร้อยละ 21 ส่วนกิจกรรมท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 4 (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียว (7 Greens) เพราะมุ่งให้ทุกภาคส่วนตระหนักถึงการลดภาวะโลกร้อน เพื่อการท่องเที่ยวอย่าง

ยั่งยืน ซึ่งการสร้างทัศนคติการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การท่องเที่ยวการท่องเที่ยวสีเขียว ประกอบด้วยหัวใจสีเขียว รูปแบบการเดินทางสีเขียว แหล่งท่องเที่ยวสีเขียว กิจกรรมสีเขียว ชุมชนสีเขียว การบริการสีเขียว ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ในปี 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สร้างโฆษณาเพื่อปลูกฝังการท่องเที่ยวสีเขียว ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่พบว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวยังคงมีอยู่ โดยประเทศไทยมีขยะทะเลมากถึง 30,000-50,000 ตันต่อปี เป็นอันดับ 6 ของโลก (พีพีทีวีออนไลน์, 2561) และผู้ประกอบการที่พักส่วนใหญ่ยังจ้างแรงงานข้ามชาติ เพราะไม่สามารถหาแรงงานในชุมชนได้ พบว่า เดือนเมษายน 2560 มีแรงงานข้ามชาติประเภทพิสูจน์สัญชาติเดิม และประเภทนำเข้าตาม MOU ในด้านบริการต่าง ๆ จำนวน 203,665 คน คนต่างด้าวมาตรา 9 ทั่วไป ภาคโรงแรมภัตตาคาร 467 คน (สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว, 2560, น. 2)

ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะสำรวจความรู้ และทัศนคติของผู้ประกอบการที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว: โฮมสเตย์บ้านปราสาท เพราะบ้านปราสาท

มีแหล่งโบราณคดีที่ขุดแต่งใหม่ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชุมชนที่มีอัตลักษณ์ ได้รับมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และได้รับรางวัลจากต่างประเทศด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เพื่อนำประโยชน์จากการศึกษาไปใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการบริหารจัดการให้แก่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความรู้ของผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียวของพื้นที่
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียวของพื้นที่
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้จากกิจการโฮมสเตย์เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาดำเนินกิจการโฮมสเตย์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียวของพื้นที่

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษากรอบแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับและทัศนคติของผู้ประกอบการที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว สรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาความรู้และทัศนคติของผู้ประกอบการที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว: โฮมสเตย์บ้านปราสาท เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

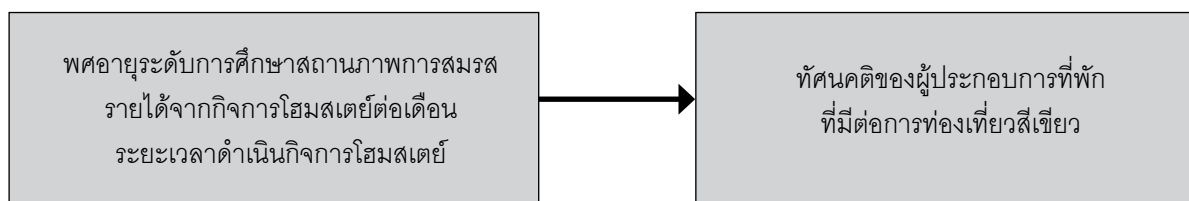
1. ประชากรประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือผู้ประกอบการที่พัก (ครัวเรือน) โฮมสเตย์บ้านปราสาท จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 24 ครัวเรือน

2. กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์โดยการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการใช้ตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan อ้างใน ประชัยเปี่ยมสมบูรณ์, 2542, น. 458) พบว่า ประชากร 24 ครัวเรือน ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 23 ครัวเรือน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยกำหนดกรอบแนวคิดจากเนื้อหา ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

1. แบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้จากกิจการโฮมสเตย์เฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาที่ดำเนินกิจการโฮมสเตย์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความรู้ด้านการท่องเที่ยว
สีเขียวเกณฑ์การให้ค่าคะแนน คือตอบถูก = 1 คะแนน
ตอบผิด = 0 คะแนน การให้ค่าคะแนนความรู้ด้านการ
ท่องเที่ยวสีเขียว คือคะแนน 11 - 15 คะแนนมีความรู้ด้าน
การท่องเที่ยวสีเขียวสูงคะแนน 6 - 10 คะแนนมีความรู้
ด้านการท่องเที่ยวสีเขียวปานกลางคะแนน 0 - 5 คะแนน
มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเขียวน้อย

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามทัศนคติของผู้ประกอบการ
ที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว: โฮมสเตย์บ้านปราสาท
เกณฑ์การให้ค่าคะแนนคำถามทางบวก คือเห็นด้วย
อย่างยิ่ง = 5, เห็นด้วย = 4, ปานกลาง = 3, ไม่เห็นด้วย
= 2 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง = 1 ส่วนคำถามทางลบมี
เกณฑ์การให้ค่าคะแนนกลับกัน

การให้ค่าคะแนนระดับทัศนคติของผู้ประกอบการ
ที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว ออกเป็น 3 ระดับ
โดยมีช่วงคะแนนดังนี้คะแนน 1.00 - 2.33 มีทัศนคติไม่เห็น
ด้วยกับการท่องเที่ยวสีเขียวคะแนน 2.34 - 3.67 มีทัศนคติ
ปานกลางกับการท่องเที่ยวสีเขียวกลาง และคะแนน
3.68 - 5.00 มีทัศนคติเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวสีเขียว
โดยใช้สูตรการคำนวณหาความกว้างของอันตรภาคชั้น
คือ (คะแนนสูงสุด-คะแนนต่ำสุด)หารด้วยจำนวนชั้น
(กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544, น. 29)

การหาคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยจัดทำ
ฉบับร่างแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบ
ความตรงทางด้านเนื้อหาได้การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง
ระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ 0.9 ค่าความเชื่อมั่น
คำถามทัศนคติของผู้ประกอบการที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยว
สีเขียวได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาโดยรวมอยู่ในระดับสูง คือ
0.802 ค่าความเชื่อมั่นในแบบทดสอบความรู้เกี่ยวกับการ
ท่องเที่ยวสีเขียว (ใช้สูตร KR20) โดยรวมอยู่ในระดับ
ปานกลาง คือ 0.62

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้สถิติเชิงพรรณนาคือ
ความถี่ ร้อยละค่าเฉลี่ย สถิติสำหรับทดสอบสมมติฐาน คือ
ค่าไครส์แควร์

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป ผู้ประกอบการที่พักส่วนใหญ่เป็น
เพศหญิงร้อยละ 62.5 เพศชายร้อยละ 37.5 มีอายุมากกว่า
60 ปี ร้อยละ 70.8 อายุ 51 - 60 ปี ร้อยละ 29.2 มีระดับ
การศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น ร้อยละ 83.3 รอง
ลงมามีระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ร้อยละ 12.5 และสูงกว่า
ปริญญาตรีร้อยละ 4.2 มีสถานภาพสมรสร้อยละ 95.8
สถานภาพโสด ร้อยละ 4.2 มีรายได้จากกิจการโฮมสเตย์
เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 83.3 และมี
รายได้ 5,001 - 10,000 บาท ร้อยละ 16.7 และมีระยะเวลา
ที่ดำเนินกิจการโฮมสเตย์มากกว่า 5 ปีขึ้นไป ร้อยละ 100

2. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการ
ท่องเที่ยวสีเขียวปานกลางร้อยละ 62.5 และความรู้ด้านการ
ท่องเที่ยวสีเขียวสูง ร้อยละ 37.5

3. ผู้ประกอบการที่พักส่วนใหญ่มีทัศนคติเห็นด้วย
กับการท่องเที่ยวสีเขียวมีค่าเฉลี่ย 4.16 เมื่อพิจารณา
รายด้านพบว่า ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีมาก
ที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.59 รองลงมาคือ ด้านชุมชนสีเขียว และ
กิจกรรมสีเขียว มีค่าเฉลี่ย 4.49 และ 4.45 ตามลำดับ
ส่วนทัศนคติต่อการท่องเที่ยวสีเขียวด้านหัวใจสีเขียวมีน้อย
ที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.38

4. ผู้ประกอบการที่พักส่วนใหญ่มีทัศนคติเห็นด้วย
กับการท่องเที่ยวเขียรร้อยละ 95.8 และทัศนคติปานกลาง
ร้อยละ 4.2 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านหัวใจสีเขียว
มีทัศนคติปานกลางร้อยละ 87.5 และทัศนคติเห็นด้วย
ร้อยละ 12.5 ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียวมีทัศนคติ
เห็นด้วยร้อยละ 54.2 และทัศนคติปานกลางร้อยละ 45.8
ด้านบริการสีเขียวมีทัศนคติเห็นด้วยร้อยละ 79.2 และ
ทัศนคติปานกลางร้อยละ 20.8 ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว
ด้านกิจกรรมสีเขียว ด้านชุมชนสีเขียว ด้านความรับผิดชอบต่อ
สิ่งแวดล้อมมีทัศนคติเห็นด้วยร้อยละ 100 เท่ากัน

5. การทดสอบสมมติฐานเมื่อทดสอบด้วย χ^2 test
พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส
รายได้จากกิจการโฮมสเตย์เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์
กับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวสีเขียวส่วนระยะเวลาที่

ดำเนินกิจการโฮมสเตย์ไม่สามารถทดสอบสมมติฐานได้ เพราะตัวแปรมีกลุ่มเดียว

อภิปรายผล

1. ความรู้ของผู้ประกอบการที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว: โฮมสเตย์บ้านปราสาท

พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวสีเขียวในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 3 ความรู้ด้านการท่องเที่ยวสีเขียวเกิดจากการอบรมให้ความรู้โดยหน่วยงานของรัฐ การมีผู้นำ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้รอบรู้ในชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชนในการแสดงความคิดเห็น และจากการปฏิบัติตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย แต่ผู้ประกอบการที่พักบางส่วนยังมีความเข้าใจผิดคิดว่าสิ่งอำนวยความสะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยวสีเขียวต้องเน้นความหรูหราทันสมัย การท่องเที่ยวสีเขียวทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมและวิถีชีวิตคนในชุมชน และการท่องเที่ยวสีเขียวจะส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวและเกิดปัญหาต่าง ๆ ที่ตามมา เช่น ปัญหายะมูลฝอย ปัญหาทรัพยากรเสื่อมโทรม เป็นต้น

2. ทศนคติของผู้ประกอบการที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว

พบว่าผู้ประกอบการที่พักส่วนใหญ่มีทัศนคติเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวสีเขียวโดยรวมเมื่อพิจารณาทางด้านพบว่าผู้ประกอบการที่พักมีทัศนคติเห็นด้วยกับการท่องเที่ยวสีเขียว ยกเว้นด้านหัวใจสีเขียวที่มีทัศนคติฯ ปานกลาง โดยแยกพิจารณารายด้านดังนี้

ลำดับ 1 ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เพราะการตระหนักรู้การร่วมกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทรัพยากรทางธรรมชาติเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การจัดกิจกรรมจิตอาสา เช่น ร่วมเก็บขยะ ปลูกป่า เป็นต้น และการร่วมบริจาคทุนทรัพย์ในกิจกรรมรักษาหรือฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยคณะกรรมการหมู่บ้านจะหักเงินรายได้จากกิจการให้เข้าที่พักโฮมสเตย์เป็นกองทุนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ลำดับ 2 ด้านชุมชนสีเขียว โดยชุมชนบ้านปราสาทเป็นชุมชนที่มีประวัติความเป็นมายาวนาน มีแหล่งโบราณคดีที่สำคัญ มีศูนย์เรียนรู้ชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้รอบรู้ในท้องถิ่นเพื่อถ่ายทอดสืบสานวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของท้องถิ่น และการโน้มน้าวหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในรัชกาลที่ 9 มาปรับใช้ในการดำเนินชีวิต และการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว

ลำดับ 3 ด้านกิจกรรมสีเขียว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่พัก สมาชิกในชุมชนบ้านปราสาทได้ร่วมกันในการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งต้องเป็นที่ยอมรับของคนในชุมชน นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ มีอาสาสมัครยุวมัคคุเทศก์คอยให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น สอดคล้องกับการศึกษาของวรรณวิมล ภูนาศ (2558, น. 63) การศึกษาศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาลาดน้ำอัมพวา พบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ในด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร ธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรมและสังคม ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว เพื่อตระหนักในคุณค่าและความสำคัญของวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ลำดับ 4 ด้านแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว มีการบริหารจัดการโดยคณะกรรมการหมู่บ้าน สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยว ทำให้เกิดความผูกพันกับแผนงานกฎเกณฑ์ที่ร่วมจัดทำขึ้น การรับซื้อสินค้าจากท้องถิ่นโดยให้ราคาที่เป็นธรรมทำให้สมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น เกิดการกระจายรายได้ แต่ยังคงมีปัญหาในเรื่องการลดการใช้สารเคมีที่เป็นอันตราย เช่น การกำจัดวัชพืช น้ำยาล้างห้องน้ำ ฯลฯ ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการที่พักยังขาดความรู้ความเข้าใจในการใช้สารทดแทนที่ไม่มีพิษต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น การทำน้ำหมักชีวภาพแทนการใช้ปุ๋ยเคมี การปลูกตะไคร้เพื่อไล่ยุง เป็นต้น

ลำดับ 5 ด้านบริการสีเขียว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่พิกมีจิตบริการซึ่งเป็นลักษณะนิสัยที่เป็นเอกลักษณ์ในสังคมชนบทของประเทศไทยมีการจัดทำให้เช่าหรือให้บริการยานพาหนะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แก่ลูกค้า เช่น จักรยาน เป็นต้น ส่วนที่เป็นปัญหาคือสมาชิกในชุมชนยังมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนในเรื่องการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลักโดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จึงควรสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้ผู้ประกอบการที่พิกว่านักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวไม่ได้คาดหวังว่าที่พักโฮมสเตย์ อันเป็นการบริการสีเขียวจะต้องมีความสะดวกสบาย หรูหรา

ลำดับ 6 ด้านรูปแบบการเดินทางสีเขียว ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนดำเนินงานในรูปคณะกรรมการหมู่บ้าน การจัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวโดยใช้รถอีแต่นี่ให้ทั้งความสนุก สะดวกปลอดภัย และยังลดการใช้พลังงานและพาหนะ (ส่วนตัว) การประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ ป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยวในการรักษาสิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อน มีการจัดซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น วัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร พืชปลอดสารเคมี ของที่ระลึก ฯลฯ ส่วนปัญหาคือผู้ประกอบการที่พิกโฮมสเตย์ส่วนใหญ่มีความเข้าใจคลาดเคลื่อน คือ เรื่องการจ้างแรงงานต่างชาติเข้าทำงานในหน้าที่ต่าง ๆ แทนการจ้างคนในท้องถิ่นเป็นการลดต้นทุนในการดำเนินงาน ทั้งนี้เพราะงานบางประเภท งานหนัก งานทำความสะอาดห้องพักรับรองแรงงานในชุมชนไม่ค่อยได้ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน จึงควรให้ความรู้ความเข้าใจในการท่องเที่ยวสีเขียวเน้นควรมีการจ้างคนในท้องถิ่นและจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ ทักษะเกี่ยวกับการจัดการทางการท่องเที่ยวเพื่อให้สมาชิกในชุมชนมีรายได้เสริมนอกเหนือจากการทำเกษตรกรรม เกิดการกระจายรายได้ให้คนในท้องถิ่น

ลำดับ 7 ด้านหัวใจสีเขียวพบว่าผู้ประกอบการที่พิกมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวสีเขียวปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่พิกมีความเข้าใจคลาดเคลื่อน

ว่าการท่องเที่ยวสีเขียวทำให้ต้นทุนในการดำเนินการท่องเที่ยวสูงขึ้น ผลตอบแทนกำไรลดน้อยลง เป็นการเพิ่มภาระและความยุ่งยากให้แก่ผู้ประกอบการ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และคณะกรรมการหมู่บ้านต้องสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อการท่องเที่ยวสีเขียว โดยเฉพาะด้านหัวใจสีเขียว เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวสีเขียวด้านอื่น ๆ การให้ความสำคัญแก่สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ การลดปัญหาโลกร้อน ถึงแม้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอาจทำให้เพิ่มภาระในการดำเนินงานในระยะแรก และเมื่อปฏิบัติจนกลายเป็นนิสัย ความรู้สึกละเลยเป็นเรื่องยุ่งยากจะลดน้อยลง อีกทั้งปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว

3. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ประกอบการที่พิกที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว

3.1 เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ประกอบการที่พิกที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว ($\chi^2 = 0.023$ ค่า $P = 0.879$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่พิกโฮมสเตย์ (ครัวเรือน) ทั้งเพศชายและหญิงเป็นกิจการในครัวเรือน สมาชิกในครัวเรือนมีส่วนร่วมในการดำเนินการซึ่งเป็นรายได้เสริมของครัวเรือน

3.2 อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ประกอบการที่พิกที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว ($\chi^2 = 0.100$ ค่า $P = 0.752$) เพราะผู้ประกอบการที่พิกโฮมสเตย์ส่วนใหญ่อยู่ในวัยชราโฮมสเตย์ (ครัวเรือน) ส่วนใหญ่เป็นสังคมข้ามรุ่นคือประกอบด้วยปู่ย่าตายายอยู่ร่วมกับรุ่นหลาน ส่วนรุ่นบุตรเมื่อสำเร็จการศึกษามักเลือกประกอบอาชีพตามสายงานที่จบการศึกษา

3.3 สถานภาพการสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ประกอบการที่พิกที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว ($\chi^2 = 1.345$ ค่า $P = 0.510$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการโฮมสเตย์ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส มีเพียงครัวเรือนเดียวที่มีสถานภาพโสดการมีรายได้เสริมทำให้ฐานะทางเศรษฐกิจของครัวเรือนดีขึ้น

3.4 ระดับการศึกษา ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ประกอบการที่พิกที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว

($\chi^2 = 0.958$ ค่า $P = 0.328$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น

3.5 รายได้จากกิจการโฮมสเตย์เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ประกอบการที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว ($\chi^2 = 0.009$ ค่า $P = 0.324$) เพราะโฮมสเตย์ทุกรีวิวมีรายได้เสริมจากการที่นักท่องเที่ยวเข้าพักใกล้เคียงกัน เนื่องจากมีคณะกรรมการหมู่บ้านได้วางระบบในการเข้าพักตามลำดับ (Queue) เพื่อความเป็นธรรม เกิดการกระจายรายได้ ความสามัคคี และรายได้จากกิจการโฮมสเตย์เป็นรายได้เสริมจากรายได้หลักคือการทำเกษตรกรรม

3.6 ระยะเวลาที่ดำเนินกิจการที่พักโฮมสเตย์ ไม่สามารถทดสอบสมมติฐานได้เพราะตัวแปรมีกลุ่มเดียว ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ทั้งหมดดำเนินกิจการโฮมสเตย์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบันและได้รับการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยโดยแต่เดิมมีผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ 38 รีวิวเดือน ปัจจุบันเหลืออยู่ 24 รีวิวเดือน คนรุ่นใหม่ประกอบอาชีพตามคุณวุฒิที่สามารถศึกษาไม่ได้มาสืบสานกิจการโฮมสเตย์ของครัวเรือน

จะเห็นได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา รายได้จากกิจการโฮมสเตย์เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของผู้ประกอบการที่พักที่มีต่อการท่องเที่ยวสีเขียว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวสีเขียวทางบวก ความรู้ด้านการท่องเที่ยวสีเขียวเกิดจากการอบรมที่หน่วยงานของรัฐจัดให้มีการปฏิบัติตามมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยและที่สำคัญคือการที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทุกขั้นตอน ซึ่งทำให้ชุมชนบ้านปราสาทมีความเข้มแข็ง กิจกรรมการท่องเที่ยวต้องได้รับความเห็นชอบจากสมาชิกในชุมชนโดยไม่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตชุมชนการมีคณะกรรมการหมู่บ้าน ผู้นำหมู่บ้าน ผู้ใหญ่เทียม ละอองกลาง ที่มีวิสัยทัศน์ เป็นที่รักและเคารพของคนในหมู่บ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้รอบรู้ในหมู่บ้าน อาจารย์จรัส และอาจารย์คะเนิงนิธย์ จอมกลาง สมาชิกในชุมชนมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาชุมชนให้มีความเจริญ

ก้าวหน้า จึงมีการถ่ายทอด สืบสานวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตชุมชน การมีจิตบริการ เช่น การคล้องพวงมาลัย ดอกมะลิให้นักท่องเที่ยวเมื่อเข้าพักโฮมสเตย์ในวันแรก เป็นการสร้างความประทับใจแรกพบตามวัฒนธรรมไทยที่ว่า “ใครมาถึงเรือนชานให้ต้อนรับ” การผูกข้อมือบายศรีสู่ขวัญให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม การทานอาหารพื้นเมืองโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นอาหารที่มีรสต่างจากที่นักท่องเที่ยวเคยรับประทาน ก็สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นต้น ซึ่งทำให้ชุมชนบ้านปราสาทได้รับรางวัลชนะเลิศ PATA GOLD AWARD ปี 2537 ในประเภท PATA heritage & culture จาก Pacific Asia Travel Association (PATA) และรางวัลชนะเลิศ THE ASEANTA AWARDS FOR EXCELLENCE IN TOURISM ในปี 2539 ในประเภท The ASEAN cultural preservation effort

ข้อเสนอแนะ

คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการวิจัยที่เป็นประโยชน์ในการดำเนินงานดังนี้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรจัดให้มีการอบรมความรู้ด้านการท่องเที่ยวสีเขียวเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
2. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษากับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวสีเขียว

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). *หลักสถิติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปุระชัย เปี่ยมสมบูรณ์. (2548). *การวิจัยประเมินผล: หลักการและกระบวนการ*. กรุงเทพฯ: ที พี เอ็นเพรส.
- วรรณนิมิต ภูนาศ. (2558). ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 26(1), น. 63-74.

- สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว. (2560). สถิติคนต่างด้าวที่
ได้รับอนุญาตทำงานคงเหลือทั่วราชอาณาจักร
ประจำเดือนเมษายน 2560. สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม
2561, จาก [https://www.doe.go.th/prd/assets/
upload/files/alien_th/a8b24dbc15d4e304a9d
b2c2d013fe808.pdf](https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/alien_th/a8b24dbc15d4e304a9db2c2d013fe808.pdf)
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว
อย่างยั่งยืน. (2561). การท่องเที่ยวกับภาวะโลกร้อน.
สืบค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2561, จาก [http://www.
dasta.or.th/th.component/k2.item.671-671](http://www.dasta.or.th/th.component/k2.item.671-671)
- PPTV Online. (2561). ชยะทะเล. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน
2561, จาก [https://www.pptvhd36.com/news/
ประเด็นร้อน/8285](https://www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/8285)
- World Travel and Tourism Council. (2018). *Travel &
tourism economic impact 2018 Thailand*.
สืบค้นเมื่อ 31 กรกฎาคม 2561, จาก [https://www.
wttc.org/-/media/files/reports/economic-im
pact-research/countries-2018/thailand2018.pdf](https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/thailand2018.pdf)