

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร:
กรณี ทำค่านโฮมสเตย์ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

Management of Agrotourism Business:
A Case Study of Thadan Homestay, Tambon Hintang
Amphur Muang, Changwat Nakornnayok

โดย

นางสาวนภาพร ปานะจำรัส
นางสาววิไลลักษณ์ ประเสริฐแสง
นางสาวสุภาพร จิวสำอางค์



T098003

ปก.
๗ 1971
2548

เลขหมู่.....
เลขทะเบียน..... 93003
วันเดือนปี.....

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
พ.ศ. 2548

ห้องสมุดคณะเทคโนโลยีการเกษตร
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ สลาดกระบัง

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร:

กรณี ทำด่านโฮมสเตย์ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

Management of Agrotourism Business:

A Case Study of Thadan Homestay, Tambon Hintang

Amphur Muang, Changwat Nakornnayok

ของ

นางสาวนภาพร ปานะจำรัส

นางสาววิไลลักษณ์ ประเสริฐแสง

นางสาวสุภาพร จิวลำอ่างค์

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 7 มีนาคม พ.ศ. 2548

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

ธีระเดช ใจดี 24 / 3 / 48

(ดร. ชำรงค์ เมฆโหรา)

กรรมการปัญหาพิเศษ

โอบอล สุวรรณเมฆ 24 / 3 / 48

(ดร. โอบอล สุวรรณเมฆ)

หัวหน้าภาควิชาฯ

อภิสิทธิ์ แก้วฉาว 6 / 3 / 48

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อภิสิทธิ์ แก้วฉาว)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง: การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา: ทำค่านโฮมสเตย์

โดย: นางสาวนภาพร ปานะจำรัส

นางสาววิไลลักษณ์ ประเสริฐแสง

นางสาวสุภาพร จิวสำอางค์

ชื่อปริญญา: วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก: บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ: อ.วิชา นิลน... /.../.../48

(ดร. ชำรงค์ เมฆโหรา)

ทำค่านโฮมสเตย์จังหวัดนครนายก เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีแพคเกจโฮมสเตย์ที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เสริมให้แก่กลุ่มเกษตรกรนอกเหนือจากการทำสวนผลไม้ ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการจัดการระบบเพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และกำหนดแนวทางเพื่อการเป็นผู้นำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มเกษตรกรทำค่านโฮมสเตย์ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่ม สมาชิกเกษตรกรทำค่านโฮมสเตย์ และนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า ทำค่านโฮมสเตย์เป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกรทั้งหมด 11 ครัวเรือน ซึ่งสามารถเปิดให้บริการที่แพคเกจโฮมสเตย์ได้ 6 ครัวเรือน สวนผลไม้ของกลุ่มเกษตรกรมีพื้นที่ประมาณ 150 ไร่ มีผลไม้อีกหลายชนิดหมุนเวียนตลอดปี รายล้อมไปด้วยสถานที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ จึงสามารถประกอบกิจกรรมได้หลายประเภททั้งใน และนอกสถานที่ โดยมีกลุ่มลูกค้าหลัก ได้แก่ กลุ่มนักศึกษาที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยว และกลุ่มครอบครัวที่มาพักประจำ อย่างไรก็ตาม ทำค่านโฮมสเตย์ยังมีข้อบกพร่องที่ต้องทำการปรับปรุงในด้านการจัดระบบบันทึกข้อมูล และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิก อีกทั้งยังต้องมีการปรับปรุงในด้านการขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งเป็นการกระตุ้นกลุ่มลูกค้าเหล่านั้นให้เกิดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ทำค่านโฮมสเตย์มากที่สุด ทำให้สามารถพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่มเกษตรกรต่อไปได้ในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาที่สำคัญ คือการรักษาคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิม โดยเฉพาะความเป็นวิถีชีวิตชาวบ้านที่เรียบง่าย โดยยึดหลักการที่ว่าการทำสวนผลไม้เป็นอาชีพหลักซึ่งควรควบคู่ไปกับการให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ทางสมาชิกกลุ่มเกษตรกรควรดำเนินการตามแผนธุรกิจที่ได้จัดทำไว้ โดยการนำคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการจัดระบบบันทึกข้อมูล การแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกต้องมีความชัดเจน การขยายช่องทางจัดจำหน่ายไปยังบริษัททัวร์ และจัดจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต รวมถึงการส่งเสริมการตลาดโดยการทำประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองเพื่อเจาะกลุ่มตลาดเป้าหมาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ทั้งนี้ด้วยความกรุณาในการให้คำแนะนำและปรึกษา ตลอดจนการตรวจทานแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องจาก ดร. ชำรงค์ เมฆโหรา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ดร. โอปอล์ สุวรรณเมฆ กรรมการปัญหาพิเศษ และ ดร. รังสรรค์ โนชัย กรรมการตรวจการพิมพ์ ทางคณะผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ได้ตรวจแก้ไขข้อบกพร่องตลอดจนปรับปรุงให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตรทุกท่านที่ได้อบรมให้ความรู้ในด้านสาขาวิชาต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาที่ได้ศึกษาอยู่ ณ สถาบันแห่งนี้

ขอขอบคุณประธานกลุ่มและสมาชิกเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ทุกคนที่ให้ความอนุเคราะห์เรื่องข้อมูลในการทำปัญหาพิเศษฉบับนี้

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และสมาชิกในครอบครัวของคณะผู้จัดทำที่สนับสนุนและเป็นกำลังใจให้ตลอดมา ขอขอบคุณเพื่อน ๆ บริหารทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลตลอดจนให้คำปรึกษา และช่วยเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

นภาพร ปานะจำรัส

วิไลลักษณ์ ประเสริฐแสง

สุภาพร จิวสำอางค์

มีนาคม 2548

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	4
นิยามศัพท์	4
วิธีการศึกษา	5
กรอบแนวคิด	7
บทที่ 2 โครงร่างทางทฤษฎี	8
การตรวจเอกสาร	8
สมมติฐาน	13
แนวคิดทางทฤษฎี	13
บทที่ 3 ทำด่านโฮมสเตย์	55
ประวัติจังหวัดนครนายก	55
ประวัติของตำบลหินตั้ง	63
ความเป็นมาของโฮมสเตย์	66
ประวัติการก่อตั้งกลุ่มเกษตรกรทำด่านโฮมสเตย์	67
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	72
ศักยภาพของทำด่านโฮมสเตย์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร	72
ศักยภาพของทำด่านโฮมสเตย์ในด้านการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์	75
การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	78

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของท่าด่านโฮมสเตย์	83
การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด	88
บทที่ 5 แผนธุรกิจของท่าด่านโฮมสเตย์	93
ธุรกิจ	94
ผลิตภัณฑ์	95
แผนการตลาด	96
แผนการบริหาร	99
แผนการเงินและบัญชี	101
บทที่ 6 สรุปและข้อเสนอแนะ	102
สรุป	102
ข้อเสนอแนะ	105
เอกสารอ้างอิง	106
ภาคผนวก	111
ภาคผนวก ก.	112
ภาคผนวก ข.	128

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยของจังหวัดนครนายก จำแนกตามถิ่นที่อยู่ ปี พ.ศ. 2546	2
2	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของจังหวัดนครนายก จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปี พ.ศ. 2546	3
3	รายละเอียดของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์	69
4	จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก ปี พ.ศ. 2543-2546	81



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวความคิดในการศึกษา	7
2	รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวหลัก	15
3	รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบย่านเกษตร หรือพื้นที่เกษตร	16
4	รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบจุดเชื่อมโยง หรือเส้นทางผ่าน	16
5	ส่วนผสมทางการตลาด	35
6	กระบวนการวางแผนทางการตลาด	47
7	แผนที่แสดงเส้นทางการเดินทางในจังหวัดนครนายก	56
8	แผนผังองค์กร	100



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญ และปัญหาของการศึกษา

กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 จะเป็นไปในทิศทางของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ (homestay) ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปสัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิต และใช้เวลาอยู่กับชาวบ้าน ได้อย่างใกล้ชิด ด้วยการพักค้างแรมจึงเริ่มเป็นจุดขายที่สำคัญของนานาประเทศรวมทั้งประเทศไทย และได้พยายามพัฒนาสินค้าดังกล่าวเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวและเพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่น ทำให้ท้องถิ่นได้รับประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

ประเทศไทยมีพื้นที่เกษตรกรรมจำนวนหนึ่งที่เหมาะสมในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตัวอย่างเช่น ในช่วงที่มีผลไม้ออกชุก สถานที่นั้นก็สามารถเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้ ทำให้เห็นวิถีชีวิตของเกษตรกร รวมถึงได้รู้จักวิธีเพาะปลูก การบำรุงรักษา การเก็บเกี่ยวผลผลิต และการจัดส่ง เป็นต้น รายการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่ใช่เพียงแต่การเที่ยวชมสวนผลไม้เท่านั้นแต่รวมถึงสวนไม้ตัดดอก ไม้ดอกไม้ประดับ สวนสมุนไพร ไร่สวนผสม ปอทุ้ง และฟาร์มต่าง ๆ (ราไพพรรณ, 2542)

จังหวัดนครนายก เป็นอีกจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยที่มีการทำสวนผลไม้มาก การคมนาคมสะดวกสบาย มีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนักประมาณ 107 กิโลเมตร มีงานท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีการดำเนินชีวิตของชาวบ้านหลากหลาย เช่น งานปิดทองพุทธรูป บำรุงวัดเขานางบวช งานของดินนครนายก งานสารทไทย และงานแข่งเรือ จึงเหมาะกับการท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ โดยในปี พ.ศ. 2546 มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวน 349,411 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 338,383 คน (ตารางที่ 1) และชาวต่างประเทศ 11,028 คน (ตารางที่ 2) สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ได้แก่ น้ำตกนางรอง น้ำตกสาริกา วังตะไคร้ เขื่อนท่าด่าน และมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีชื่อเสียง เช่น สวนวังทิพย์ สวนอนุรักษ์ และรวบรวมพันธุ์ทุเรียนไทย เป็นต้น และสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกมากมาย ดังนั้นคณะผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาถึงการจัดการสวนผลไม้ของกลุ่มเกษตรกรที่ตำบลหินตั้ง อำเภอท่าด่าน จังหวัดนครนายก ในรูปแบบโฮมสเตย์เพื่อจะได้นำผลศึกษาที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงการจัดการ

ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบโฮมสเตย์ของกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ ทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงของสังคม และการแข่งขันของธุรกิจรีสอร์ต ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้แก่เกษตรกรในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนอกเหนือจากรายได้ภาคการเกษตร

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยของจังหวัดนครนายก จำแนกตามถิ่นที่อยู่ปี พ.ศ. 2546

ถิ่นที่อยู่ของผู้มาเยือน	นักท่องเที่ยว	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	140,931	41.65
ภาคตะวันออก	103,473	30.58
ภาคกลาง	61,115	18.10
ภาคใต้	14,029	4.15
ภาคตะวันตก	8,417	2.49
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7,113	2.11
ภาคเหนือ	3,245	0.96
รวม	338,383	100

ที่มา: (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546)

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของจังหวัดนครนายก จำแนกตามถิ่นที่อยู่
ปี พ.ศ. 2546

ถิ่นที่อยู่ของผู้มาเยือน	นักท่องเที่ยว	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เอเชีย	7,375	66.87
ยุโรป	2,909	26.38
อเมริกา	451	4.09
โอเชียเนีย	122	1.11
ตะวันออกกลาง	90	0.82
แอฟริกา	81	0.73
รวม	11,028	100

ที่มา: (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546)

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการจัดการระบบ เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และกำหนดแนวทางเพื่อการเป็นผู้นำธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มเกษตรกรทำด้าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาเรื่องการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษากลุ่มเกษตรกรทำด้าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ทำให้ทราบถึงกลุ่มลูกค้าและศักยภาพของสวนผลไม้ของกลุ่มเกษตรกรทำด้าน ทั้งยังทราบถึงปัญหาและอุปสรรคในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โฮมสเตย์ และเพื่อเป็นแนวทางในการจัดการที่เหมาะสมกับธุรกิจบ้านพักแบบโฮมสเตย์ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ให้สามารถใช้ประโยชน์ได้สูงสุด

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาพื้นที่สวนผลไม้ของกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ หมู่ที่ 3 ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก เพื่อทราบถึงรูปแบบกระบวนการจัดการระบบปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงาน อันจะนำไปสู่การจัดการวางแผนการจัดการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ในเชิงธุรกิจเพื่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น และสามารถรักษามาตรฐานโฮมสเตย์ของสวนผลไม้แห่งนี้ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มประชาชนที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในพื้นที่ และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการและคาดว่าจะใช้บริการ

การศึกษาการจัดการธุรกิจ โดยทำการศึกษาคำแนะนำและการตลาดธุรกิจบ้านพักแบบโฮมสเตย์ โดยคำนึงถึงสภาพการณ์ของกลุ่มเกษตรกร ได้แก่ ศักยภาพการรองรับของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยว การดำเนินงานให้บริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ และแนวทางการตลาด

นิยามศัพท์

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการเกษตรเป็นหลัก มีการจัดการโดยใช้หลักการเชิงอนุรักษ์โดยเกษตรกรมีส่วนร่วม มีการจัดการระบบการบริหาร การจัดการคุณภาพโดยมุ่งหวังให้บังเกิดผลทางด้านการส่งเสริมการพัฒนาการเกษตร การพักผ่อน การศึกษาทางวัฒนธรรม และการรักษาสภาพแวดล้อม (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542)

โฮมสเตย์ คือ การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งโดยยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลาง และจัดให้มีกิจกรรมด้านต่าง ๆ ที่เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยวโดยเน้นการเผยแพร่วัฒนธรรมของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในครัวเรือน ทั้งนี้ โฮมสเตย์ใช้ได้ทั้งกับการท่องเที่ยวและการศึกษา (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543)

ศักยภาพ หมายถึง ชีตความสามารถในการตอบสนองและแก้ไขปัญหาของคนในชุมชนและความสามารถประสานความร่วมมือกับคนภายในชุมชนได้ เพื่อการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมอย่างมีความสุข (สมศักดิ์, 2544) ในการศึกษา หมายถึง การประเมินเพื่อการวัดขีดความสามารถความพร้อมของกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ในการจัดการด้านต่าง ๆ ในองค์ประกอบการท่องเที่ยว

เชิงเกษตรรูปแบบโฮมสเตย์ อันได้แก่ องค์ประกอบด้านพื้นที่ องค์ประกอบด้านการจัดการ ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรม การจัดการนักท่องเที่ยว และ องค์ประกอบด้านองค์กรชุมชน

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสังเกตและสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก เช่น สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลหินตั้ง ประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ เป็นต้น และสังเกตการณ์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ธุรกิจให้บริการที่พักต่าง ๆ ในจังหวัดนครนายก รวมถึงการพูดคุยกับนักท่องเที่ยว ซึ่งในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกนี้มุ่งประเด็นสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ประเด็นเกี่ยวกับสถานการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่สวนผลไม้ของกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ โดยทำการพูดคุยกับสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลหินตั้ง ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์
2. ประเด็นเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรค ข้อจำกัดในการบริหารจัดการท่องเที่ยว
3. ประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบโฮมสเตย์ของกลุ่มเกษตรกรทำด้าน

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานราชการ และเอกชนที่ได้รวบรวมไว้ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ผลงานวิจัยจากห้องสมุดของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตลอดจนข้อมูลจากเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต

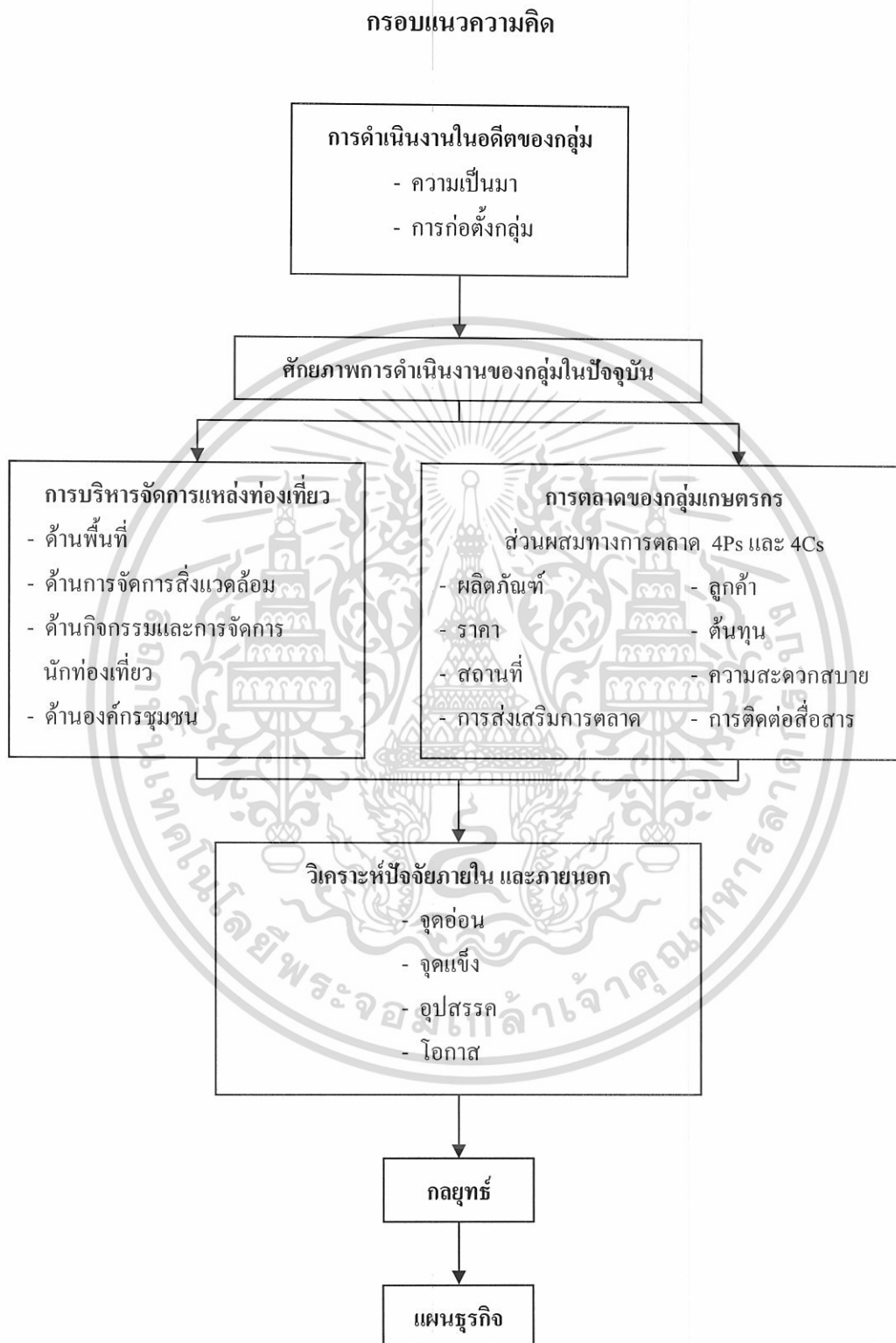
การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร อาศัยข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยสัมภาษณ์สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลหินตั้ง ประธานกลุ่มเกษตรกร และสมาชิกกลุ่มเกษตรกรทำด้าน ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ตลอดจนลูกค้าทำให้ทราบกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในทำด้านโฮมสเตย์ ประกอบกับข้อมูลเอกสารฉบับอื่นที่รวบรวมมาซึ่งมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทฤษฎีทำให้ทราบประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องการศึกษาเพื่อนำมาวิเคราะห์รูปแบบการจัดการระบบ และ ประเมินศักยภาพของกลุ่มเกษตรกรทำค่านที่มีอยู่ และศึกษาด้านการตลาดของกลุ่มเกษตรกรทำค่าน โดยใช้เครื่องมือส่วนผสมการตลาด (4Ps และ 4Cs) จากข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ศักยภาพ และการศึกษาทางด้านการตลาดสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาวางแผนกลยุทธ์ และจัดทำแผนธุรกิจที่เหมาะสมให้แก่กลุ่มเกษตรกรต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

โครงสร้างทางทฤษฎี

การตรวจเอกสาร

สร้อยสวัสดิ์ อาสาสมัครพกิจ (2542) ได้ทำการศึกษาการหาปัจจัยในการกำหนดความพร้อมของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และเกณฑ์ความพร้อมที่เหมาะสมของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศน์ในภาคเหนือตอนบน พบว่า ปัจจัยที่กำหนดความพร้อมขั้นพื้นฐานของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ปัจจัยที่กำหนดความพร้อมขั้นพื้นฐานของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และปัจจัยที่กำหนดความพร้อมของผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวเชิงนิเวศน์ ในแต่ละองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ได้แก่ องค์ประกอบด้านพื้นที่ องค์ประกอบด้านการจัดการ องค์ประกอบด้านกิจกรรม และองค์ประกอบด้านองค์กร

นงลักษณ์ อยู่เย็นดี (2546) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์การความชอบในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ ประกอบด้วย ปัจจัยบ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะของประชากร และปัจจัยทางด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ ได้ข้อสรุปว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นโสดอยู่ในวัยหนุ่มสาว เป็นนิสิตนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพฯ ฯ และปริมณฑล มีความนิยมการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์กับกลุ่มเพื่อน และมีความประทับใจอยากกลับไปเที่ยวอีก โดยพักค้างแรมกับชาวบ้านในครัวเรือนเดียวกัน ส่วนแรงจูงใจที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ แรงจูงใจทางการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ง่ายและสะดวกสบาย และแรงจูงใจทางการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจเป็นสำคัญ

อุไรพรรณ ปรางอุคมทรัพย์ (2544) ได้ทำการศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่ พบว่า มีปัจจัยที่ชี้บ่งถึงศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ 4 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะพื้นที่ ปัจจัยด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านกิจกรรมและการจัดการนักท่องเที่ยว และปัจจัยด้านองค์กรชุมชน โดยชุมชนบ้านทุ่งสูงมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การสนับสนุนในทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการจัดการนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

คมสันต์ วาฤทธิ (2545) ได้ทำการศึกษาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ กรณีศึกษาชุมชนลำน้ำว่า อำเภอมะรุม จังหวัดน่าน โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนลำน้ำว่าในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรค และเสนอแนะแนวทางการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น พบว่า สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติชุมชนลำน้ำว่านี้ยังอยู่ในสภาพที่อุดมสมบูรณ์ เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ส่งผลให้เอื้อต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งด้านการศึกษาหาความรู้ ความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ตื่นเต้นท้าทาย และศักยภาพชุมชนโดยรวมยังมีไม่มากนัก ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติอยู่ในระดับกลาง ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วม และศักยภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ศักยภาพในการจัดสรรผลประโยชน์และรายได้จากการท่องเที่ยวยังอยู่ในระดับต่ำ

ฐณพการจ คงอินทร์ (2545) ได้ทำการศึกษาศักยภาพของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อการพัฒนาแบบยั่งยืน กรณีศึกษาบ้านนาดี ตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง จังหวัดกระบี่ มีวัตถุประสงค์ประการที่หนึ่ง เพื่อศึกษาพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่บ้านนาดี ประการที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และประการที่สาม เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของชุมชนกับศักยภาพของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และสรุปเป็นข้อเสนอแนะให้กับชุมชนนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบยั่งยืน ได้ข้อสรุปว่า บทบาทของผู้นำชุมชนในด้านทำให้คำปรึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีความสัมพันธ์กับศักยภาพของชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด ในส่วนของสภาพปัญหาของชุมชนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ การขาดแคลนน้ำเนื่องจากระบบประปาในชุมชนไม่ดีเป็นสาเหตุสำคัญ ในการพัฒนาแบบยั่งยืน ควรณรงค์ให้มีการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม สนับสนุนภูมิปัญญาชาวบ้านและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเน้นการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย

อิทธิพล ไทยกมล (2545) ได้ทำการศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ กรณีศึกษาชุมชนตำบลบางหญ้าแพรก จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินระดับศักยภาพชุมชนตำบลบางหญ้าแพรก จังหวัดสมุทรสาคร ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ตลอดจนปัญหาอุปสรรค และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของผู้นำชุมชนท้องถิ่น พบว่า ปัจจัยชี้บ่งศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของผู้นำชุมชนท้องถิ่นประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยด้านลักษณะพื้นที่ ปัจจัยด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีความ

รับผิดชอบ ปัจจัยด้านกิจกรรมและความเอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม โดยชุมชนตำบลบางหญ้าแพรก จังหวัดสมุทรสาครมีศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวแต่ยังมีข้อจำกัดด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านพื้นฐาน ได้แก่ ที่พักนักท่องเที่ยว ทางเดินศึกษาธรรมชาติ และระบบการกำจัดของเสีย เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว

อุไรวรรณ เปี่ยมนิเวศน์ (2544) ได้ทำการศึกษาการจัดการด้านการสื่อความหมาย และสิ่งอำนวยความสะดวกของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษาอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อศึกษาหาแนวทางที่เหมาะสม จัดทำคู่มือการจัดการ ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านการจัดการและการสื่อความหมาย พบว่า ในปัจจุบันอำเภอบ้านแพ้วไม่มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้ที่เดินทางมาเที่ยวส่วนใหญ่มาเป็นหมู่คณะเพื่อศึกษาหาความรู้ และดูงาน ผู้ประกอบการมีศักยภาพแล้วระดับหนึ่งในการจัดการพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกโดยดำเนินการให้เหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อคงความเป็นธรรมชาติและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด

สุกานดา พองย่อย (2546) ได้ทำการศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชุมชนของชุมชนชาวผู้ไทย หมู่บ้าน โลกโก่ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยประการที่หนึ่ง เพื่อศึกษารูปแบบกระบวนการปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวเชิงชุมชนของชุมชนชาวผู้ไทยในหมู่บ้าน โลกโก่ง ประการที่สอง เพื่อรวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวในด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น ความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรม ปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นในมุมมองของนักท่องเที่ยว และทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อหมู่บ้าน โลกโก่ง ประการที่สาม เพื่อรวบรวมข้อมูลของคนในพื้นที่ในด้านความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น ความรู้ ทัศนคติ พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยว ความต้องการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ รวมทั้งปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในมุมมองของคนในพื้นที่ และประการที่สี่ เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการที่เหมาะสมกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงชุมชนได้ข้อสรุปว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงชุมชนมี 3 มิติใหญ่ ๆ ประกอบด้วย มิติที่หนึ่ง คือ มิติทางด้านภูมิศาสตร์ พบว่า หมู่บ้าน โลกโก่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขตชนบท และแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านมีความสวยงามทางธรรมชาติ มิติที่สอง คือ มิติทางด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า หมู่บ้าน โลกโก่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านวัฒนธรรม การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวมีการคำนึงถึงทรัพยากรที่ชุมชนมีอยู่และก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ และมิติที่สาม คือ มิติทางการจัดการ พบว่า ทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวติดต่อเข้ามาท่องเที่ยวและพักแรมในหมู่บ้าน ผู้ใหญ่บ้านจะเรียกประชุมลูกบ้านเพื่อร่วมกันวางแผนการดำเนินงาน โดยผู้ใหญ่บ้านจะมีรูปแบบการนำแบบ

ประชาธิปไตย คือ เปิดโอกาสให้ทุกคนในหมู่บ้านมีส่วนร่วมในการจัดการ ซึ่งเป็นหัวใจหลักของการท่องเที่ยวเชิงชุมชน แต่หมู่บ้านโคกโก่งยังขาดระบบการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานที่ชัดเจนและมีประสิทธิผล ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน พบว่ามี 2 ประการ คือ การสำรวจที่พักของนักท่องเที่ยว และการจัดการทางการเงิน

คารุณี บุญธรรม (2543) ได้ทำการศึกษาศึกษาภาพชุมชนมิ่งในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ กรณีศึกษาบ้านน้ำเค ต่าบลผาซำน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์เขตพื้นที่บ้านน้ำเค หมู่ที่ 6 ต่าบลผาซำน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา ในมิติทางสังคม เศรษฐกิจ ทรัพยากร และวัฒนธรรม เพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์พบว่า ชาวเผ่ามิ่งมีความผูกพันกับธรรมชาติ ในสภาพแวดล้อมที่ดี ภูมิประเทศที่สวยงาม และมีจุดเด่นในด้านวัฒนธรรม ประเพณีแตกต่างจากที่อื่น ๆ ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้กับชุมชน โดยการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ โดยใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่อาจมีข้อจำกัดในเรื่องการสื่อสาร ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และการใช้ชีวิตร่วมกับคนภายนอก แต่นับว่าผลการได้รับการพัฒนาในเรื่องการติดต่อสื่อสาร การคมนาคมในช่วงเวลาที่ผ่านมาทำให้สามารถพัฒนาตนเองในการลดข้อจำกัดต่าง ๆ ลง

มธุรส ปราบไพร (2544) ได้ทำการศึกษาศึกษาภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวกรณีชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย ต่าบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการศึกษาศึกษาภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ชาวไทยทรงดำมีศักยภาพการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในด้านชุมชน คือ การรวมกลุ่มทำงานของสมาชิกโครงการ ฯ มีผู้นำชุมชนทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ แสดงถึงความเป็นชุมชนเดียวกัน ความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม สามารถเกิดการสืบทอดและถ่ายทอดโดยระบบอุดมการณ์ของชุมชน การดำเนินรูปแบบทางเศรษฐกิจแบบวิถีชุมชน และการเปิดโอกาสให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วม เพื่อตัดสินใจร่วมกันและยุติธรรม ศักยภาพในด้านลักษณะภูมิประเทศ การคมนาคม วัฒนธรรม สิ่งปลูกสร้าง และสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนที่สามารถพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ชุมชนเกิดศักยภาพ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมชุมชนที่มีความเข้มแข็ง โดยได้รับการสืบทอดอย่างต่อเนื่องและระบบเครือญาติ ปัจจัยการพึ่งพาตนเอง โดยการอาศัยปัจจัยในชุมชนที่มีอาชีพและรายได้ โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวคืออาชีพเสริมจึงไม่เกิดการพึ่งพาการท่องเที่ยว การมีผู้นำอาสาสมัครอย่างไม่เป็นทางการที่ได้รับความเคารพนับถือและมีความรู้จึงทำให้ชุมชนต่างช่วยเหลือกันซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตั้งแต่ระดับในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจนถึงการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับผลประโยชน์ร่วมกันของสมาชิกโครงการซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุน ทำให้เกิดการยอมรับต่อการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

นพดล กรุดนาค (2540) ได้ทำการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกรณีศึกษาหมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาระดับขีดความสามารถของปัจจัยรองรับนักท่องเที่ยวพบว่า มีปัจจัยรองรับนักท่องเที่ยว 13 ปัจจัย ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ร้านอาหาร ที่พัก น้ำใช้ ไฟฟ้า การสื่อสาร สาธารณสุข การรักษาความปลอดภัย พื้นที่นันทนาการ ทรัพยากรธรรมชาติที่ใช้ประโยชน์ในกิจกรรมการท่องเที่ยว ระบบการกำจัดของเสีย ทัศนคติของประชาชนท้องถิ่นต่อการท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยว

สมศักดิ์ เตชะเอราวัณ (2544) ได้ทำการศึกษาการจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาบ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม ปัญหาและอุปสรรคในการจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม และเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมกับธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ของหมู่บ้านแม่กำปองมีศักยภาพและความพร้อมอยู่ในระดับดีทั้งในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง แต่มีข้อจำกัดทางด้านกายภาพที่ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ ส่วนศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมของชุมชน สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการ ความปลอดภัย และการตลาดอยู่ในระดับที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีแต่ยังมีปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ ด้านกายภาพของพื้นที่ การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วม รูปแบบการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วม และการตลาด

สุพัตรา กลับดี (2545) ได้ทำการศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศึกษาเฉพาะกรณีการล่องเรือที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษาสถานการณ์การจัดการของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และศึกษาปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ตลาดริมน้ำดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐมพบว่า สภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำดอนหวายมีศักยภาพสูงสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์ เพราะมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติมากที่สุด รองลงมาเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารและสินค้าทางการเกษตรที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (วิถีชีวิต) ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแหล่งประวัติศาสตร์เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศน์ในพื้นที่ ตามลำดับ การจัดการสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จากการศึกษาพบว่า ชุมชนมีการจัดการด้านการป้องกันผลกระทบสิ่งแวดล้อมยังอยู่ในระดับต่ำ การจัดการด้าน

กิจกรรมและการจัดการนักท่องเที่ยว ชุมชนมีการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง การศึกษารูปแบบขององค์การในการจัดการ พบว่า ชุมชนสามารถจัดการได้อยู่ในระดับสูง เพราะมีการรวมตัวกันเพื่อจัดระเบียบการท่องเที่ยวในรูปแบบของคณะกรรมการ และให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมให้ความเห็นในการจัดการท่องเที่ยว การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ตลาดริมน้ำคอนหวาย พบว่า ชุมชนยังขาดทักษะและความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีมาตรฐานการให้บริการที่แตกต่างกัน มีคฤหาสน์ส่วนใหญ่มีความรู้แต่ไม่ได้จดทะเบียนที่ถูกต้องตามกฎหมาย ชุมชนขาดการประสานงานและการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเข้ามาดูแลเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และไม่สามารถควบคุมผู้ประกอบการบางรายที่ไม่เคารพต่อกฎระเบียบชุมชน

จากการตรวจเอกสาร พบว่า การศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งมีองค์ประกอบหลัก 4 ด้านที่สามารถนำมาใช้พิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ องค์ประกอบด้านพื้นที่ องค์ประกอบด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบด้านกิจกรรมและการจัดการนักท่องเที่ยว และองค์ประกอบด้านองค์กรชุมชน องค์ประกอบทั้ง 4 ด้านนี้จะมีความแตกต่างกันในรายละเอียดของรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวทั้ง 2 รูปแบบนี้จะมีการให้บริการที่พัก ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบด้านกิจกรรมและการจัดการนักท่องเที่ยว อาจอยู่ในรูปแบบของโฮมสเตย์ ด้วยหรือไม่ก็ได้ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความพร้อมในการจัดการธุรกิจบ้านพักในรูปแบบโฮมสเตย์

สมมติฐาน

1. กลุ่มไม่มีความเหมาะสมในการดำเนินการรูปแบบโฮมสเตย์อีกต่อไป
2. กลุ่มไม่สามารถพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนรายได้ให้แก่สมาชิกได้ในอนาคต

แนวคิดทางทฤษฎี

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมการเกษตรเป็นหลัก มีการจัดการโดยใช้หลักการเชิงอนุรักษ์โดยเกษตรกรมีส่วนร่วม มีการจัดการระบบการบริหาร การจัดการคุณภาพ โดยมุ่งหวังให้บังเกิดผลทางด้านส่งเสริมการพัฒนาการเกษตร การพักผ่อน การศึกษาทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารหนึ่งของหนังสือพิมพ์สารคดีท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เมื่อผู้ใดเห็นเป็นประโยชน์ในการนำค่า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัฒนธรรม และการรักษาสภาพแวดล้อม (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542)

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีองค์ประกอบซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการจัดการ 4 องค์ประกอบดังนี้

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เน้นพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมได้

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เน้นการจัดการท่องเที่ยวที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรม เน้นทางด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับทางการเกษตร วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวซึ่งก่อให้เกิดประสบการณ์ที่น่าประทับใจ

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและท้องถิ่นที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเกษตรกรและชุมชน

นอกจากองค์ประกอบหลักแล้วควรมีองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ควรพิจารณาอีก ดังนี้

5. องค์ประกอบด้านการบริการนักท่องเที่ยวในด้านที่พัก ร้านอาหาร การนำเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และการรักษาความปลอดภัย

6. องค์ประกอบการตลาดการท่องเที่ยว คือ ผู้ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบเชิงเกษตร

7. องค์ประกอบอื่น ๆ เช่น แนวทางการจัดการเพื่อไม่ก่อให้เกิดปัญหาแก่ท้องถิ่น เป็นต้น

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจากระบบการท่องเที่ยวสามารถแบ่งเป็นส่วนที่สำคัญได้ 3 ส่วน ดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2546)

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง ทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตทางการเกษตรทำให้เกิดผลผลิตทางการเกษตรเพื่ออุปโภคบริโภค ซึ่งในที่นี้อาจหมายถึงแหล่งเกษตรกรรม และปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อแหล่งเกษตรกรรม โดยครอบคลุมบทบาทของพื้นที่ กระบวนการ และกิจกรรมเกษตร ซึ่งสามารถคัดเลือกนำมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวได้

2. ตลาดการท่องเที่ยว เป็นตลาดที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเฉพาะเรื่องมากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้กิจกรรมเฉพาะด้าน เช่น การศึกษาวิถีชีวิต การศึกษาวัฒนธรรม เป็นต้น ทำให้มีความชัดเจนในด้านการจัดการตลาดมากยิ่งขึ้น และปัจจุบันการท่องเที่ยวประเภทนี้มีปริมาณมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. บริการการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น ที่พักและร้านอาหาร เป็นต้น การบริการนำเที่ยวจะต้องเกี่ยวเนื่องกับเกษตรกรรมชนบท ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ การพักตามบ้าน (homestay) และการพักตามสวนเกษตร (farm stay) ซึ่งนักท่องเที่ยวและเจ้าของกิจการต่างเปิดใจเรียนรู้วิถีความเป็นอยู่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนี้ สามารถจัดออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามสภาพของพื้นที่แหล่งเกษตรกรรมนั้น สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทยได้แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ซึ่งถูกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวประกอบในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ใช้สำหรับการท่องเที่ยวในช่วงเวลาสั้น ๆ โดยวางเป้าหมายดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลัก ในกรณีนี้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่จำเป็นต้องมีศักยภาพสูง หรือมีขนาดใหญ่ แต่เนื่องจากตั้งอยู่ในทำเลที่เหมาะสมแล้ว



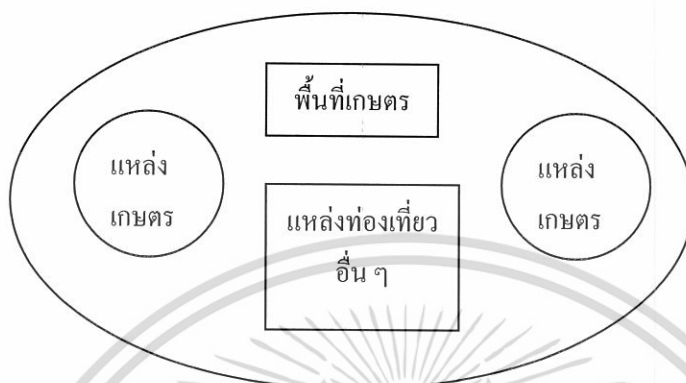
ภาพที่ 2 รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวหลัก

ที่มา: (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543)

2. ย่านเกษตรหรือพื้นที่เกษตร เป็นรูปแบบการพัฒนาที่ต้องการสร้างชื่อเสียง และเป็นจุดหมายในการเดินทาง เนื่องจากพื้นที่เกษตรมีขนาดใหญ่และเป็นการเกษตรที่มีความดึงดูดใจสูง แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรรูปแบบนี้จะมีตลาดเฉพาะรวมถึงนักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวประเภทนี้

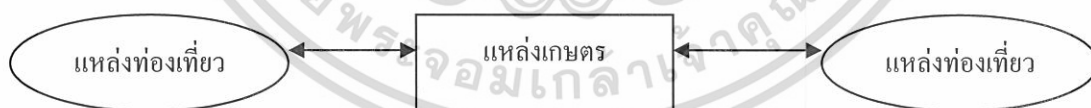
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการทัศนศึกษา สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความสมบูรณ์ เพื่อขายผลผลิตทางการเกษตร การผลิต และวิถีชีวิต



ภาพที่ 3 รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบย่านเกษตรหรือพื้นที่เกษตร
ที่มา: (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543)

3. จุดเชื่อมโยง หรือเส้นทางผ่านเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีศักยภาพ เป็นจุดท่องเที่ยว และที่ตั้งกระจายทั่วไป ซึ่งอาจไม่สามารถพัฒนาเป็นเป้าหมายในการเดินทาง จึงกำหนดเป็นแหล่งท่องเที่ยวในโครงข่ายการท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นตลาดเกษตรกร หรือแหล่งผลิตทางการเกษตรที่น่าสนใจก็ได้ ในการพัฒนาจัดเป็นจุดท่องเที่ยวเพื่อสร้างชื่อเสียงสินค้าเกษตร การขายผลผลิต หรือการจัดที่พัก ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม โดยดึงตลาดจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่าน



ภาพที่ 4 รูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบจุดเชื่อมโยง หรือเส้นทางผ่าน
ที่มา: (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543)

4. แหล่งเกษตรเฉพาะ เป็นจุดหรือพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะและมีความดึงดูดใจสูง เช่น การเกษตรที่เป็นปรากฏการณ์ทางการเกษตร หรือแหล่งผลิตเกษตรที่หายาก เป็นต้น สามารถพัฒนาเป็นเป้าหมายการเดินทาง หรือส่วนประกอบที่สำคัญในโครงข่ายการท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ถูกพัฒนาขึ้นมีรูปแบบการดำเนินการที่แตกต่างกันไป ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทชุมชนหรือหมู่บ้านท่องเที่ยวเกษตร ดำเนินการในลักษณะการร่วมกันของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรในหมู่บ้าน มีทั้งประเภทที่ปักค้างในหมู่บ้านได้ หรือพักระยะสั้น ซึ่งในแต่ละจุดจะมีลักษณะเด่นที่เฉพาะเจาะจง เช่น หมู่บ้านทำนา หมู่บ้านผลไม้ หมู่บ้านไม้ดอกไม้ประดับ และหมู่บ้านเลี้ยงผึ้ง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมเด่นแล้วยังมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่น่าสนใจประกอบในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการแบ่งเขตให้เหมาะสมและง่ายต่อการจัดการการท่องเที่ยวเป็นส่วน ๆ ดังนี้

1.1 บริเวณที่เป็นจุดหรือศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (visiting center) เป็นจุดแรกที่นักท่องเที่ยวที่จะแวะพักก่อนเที่ยวชมหรือร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ลานจอดรถที่นักท่องเที่ยวแวะรับประทานอาหารและเครื่องดื่ม ที่จำหน่ายสินค้าแปรรูป สินค้าสด เครื่องดื่ม สถานที่แสดงเกี่ยวกับสินค้าเกษตร แสดงวัฒนธรรมพื้นบ้านเกษตร และแปลงรวบรวมพันธุ์พืชที่น่าสนใจ เป็นต้น

1.2 ส่วนที่เป็นพื้นที่การเกษตรของเกษตรกรในหมู่บ้าน เกษตรกรในหมู่บ้านจะเป็นสมาชิกกลุ่มเกษตรกร โดยเกษตรกรเหล่านี้จะได้รับคำแนะนำให้ความรู้เกี่ยวกับการเกษตรเป็นอย่างดี สามารถให้นักท่องเที่ยวเข้าชมหรือร่วมกิจกรรมในพื้นที่ของเกษตรกรแต่ละรายได้ ผลผลิตจากไร่นาของเกษตรกรถูกนำไปรวมจำหน่ายที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งมีเกษตรกรเจ้าหน้าที่ประจำอยู่

2. แหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทเฉพาะรายบุคคลหรือรายกิจกรรม เป็นจุดท่องเที่ยวเกษตรที่เป็นสวนหรือไร่ของเกษตรกรรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ ส่วนใหญ่จะเป็นสวนเกษตรที่มีความก้าวหน้าในการปลูกพืชเฉพาะอย่าง เช่น สวนเงาะ สวนทุเรียน สวนมะม่วง สวนลิ้นจี่ สวนไม้ดอกไม้ต่าง ๆ และสวนเกษตรผสมผสาน เป็นต้น จุดท่องเที่ยวในลักษณะนี้ทางกรมส่งเสริมการเกษตรจะเข้าไปช่วยสนับสนุนด้านเทคโนโลยีการจัดการ การให้คำแนะนำเกี่ยวกับการจัดการพื้นที่และวิธีการต้อนรับนักท่องเที่ยว ช่วยเหลือในการจัดร้านวางจำหน่ายสินค้าแปรรูปและผลผลิตทางการเกษตร

3. แหล่งท่องเที่ยวประเภทเทศกาล หรือปรากฏการณ์ เป็นลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวเกษตรที่มีการจัดงานเทศกาล หรืองานมหกรรมทางด้านเกษตรที่น่าสนใจ เช่น งานวันทุเรียนโลก งานวันลำไยโลก เทศกาลหม่อนไหม เป็นต้น หรือเป็นปรากฏการณ์ทางเกษตรที่น่าสนใจ

ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น ทุ่งดอกทานตะวัน ทุ่งดอกกระเจียว เป็นต้น ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจและไปชมกันมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับบริการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่าในรูปแบบใดๆ หวังสนธิฯ หักหักง้อมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมการให้บริการนักท่องเที่ยว

สิ่งหนึ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าการให้บริการที่พัก ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1. ประเภทการแสดงสินค้า หรือการสาธิต

1.1 แปลงสาธิตพันธุ์พืชสวยงาม และหลากหลาย เช่น กล้วยไม้ ดอกไม้ พืชผักและผลไม้ประจำท้องถิ่นที่น่าสนใจ

1.2 แปลงรวบรวมพันธุ์พืชชนิดต่าง ๆ เช่น พันธุ์กล้วย พันธุ์มะเขือ เป็นต้น จากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลก

1.3 การแสดงขั้นตอนการปฏิบัติต่าง ๆ ทางด้านการเกษตร เช่น การปลูก ดูแลรักษา การเก็บเกี่ยวผลผลิต การปฏิบัติหลังเก็บเกี่ยว การบรรจุ การแปรรูปผลผลิต การเลี้ยงไหม เป็นต้น

1.4 การแสดงประเพณี วัฒนธรรมด้านเกษตรในอดีตที่ผ่านมา เช่น การตกกล้า การไถนา การดำนา การซ่อมข้าวหรือดำข้าว เป็นต้น

1.5 การแสดงอุปกรณ์ เครื่องมือ และวิถีทางการเกษตรไทยในอดีต

2. ประเภทให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมระยะสั้น

2.1 การเข้าชมสวนเกษตร เช่น สวนดอกไม้ สวนสมุนไพร สวนไม้ผล เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตเองจากต้น หรือซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บเองได้ มีทั้งความสวยงามแปลกตา และบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

2.2 ทำกิจกรรมพื้นฐานระยะสั้นร่วมกับชาวบ้าน เช่น ขี่ควาย นั่งเกวียน ไถนา กรีดยาง ทอดแห พายเรือ เป็นต้น

3. ประเภทให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน เพื่อศึกษาและสัมผัสกับการใช้ชีวิตของเกษตรกรชนบท โดยให้บริการที่อบอุ่นและปลอดภัย

4. ประเภทการอบรมให้ความรู้แก่เกษตรกรรุ่นใหม่และความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้าน

4.1 ฝึกหัดเกี่ยวกับการทำเกษตรในสมัยใหม่ เช่น การปลูกและดูแลรักษาพืช การแปรรูปและการเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตร เป็นต้น ซึ่งอาจมีการมอบประกาศนียบัตรให้

4.2 ฝึกหัดปฏิบัติเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาของชาวบ้านในหมู่บ้านชนบท เช่น ศึกษาแมลงที่ทำประโยชน์ พืชผักพื้นเมืองที่กินได้ การเก็บเห็ดในป่า การทำข้าวเม่า การทำขนมจีน การทำน้ำตาลจากมะพร้าว การอบสมุนไพร เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. ประเภทการวางจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์เกษตร

- 5.1 สินค้าอาหารแปรรูปที่หลากหลายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร
- 5.2 สินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองของเกษตรกร
- 5.3 ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ
- 5.4 ผักสด ผลไม้สด ดอกไม้สวน
- 5.5 ต้นพันธุ์พืช เมล็ดพันธุ์ที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยวซื้อไปปลูกเอง
- 5.6 อาหารที่ผลิตและเตรียมในพื้นที่แบบง่าย ๆ แต่สะอาด เช่น ข้าวโพดต้ม ข้าวโพดคั่ว ถั่วต้ม มันต้ม อ้อยคั่ว น้ำผลไม้คั้นสด และอาหารสำเร็จรูป เป็นต้น

6. ประเภทการให้รู้ทางด้านธุรกิจเกษตร โดยนักท่องเที่ยวอาจมีความสนใจที่จะร่วมทุนกับเกษตรกร เช่น ร่วมกับเกษตรกรโดยทำการจัดหาตลาดผลผลิตต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งนับเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อกันเป็นอย่างมาก เกษตรกรจึงต้องเตรียมข้อมูลรายละเอียดในเชิงธุรกิจไว้ด้วย

แนวคิดเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นำชัย ทนุผล ได้กล่าวถึงหลักในการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศน์ ดังนี้ (นำชัย, 2545)

1. ต้องสนับสนุนให้ผู้เกี่ยวข้องมีจรรยาบรรณด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
2. กิจกรรมใด ๆ ต้องไม่ทำให้สิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม
3. ให้ความสำคัญกับการคงไว้ซึ่งคุณค่าที่แท้จริงของทรัพยากรธรรมชาติ
4. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมในพื้นที่
5. ต้องสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น ก่อให้เกิดประโยชน์กับชุมชนท้องถิ่น
6. กิจกรรมต้องเน้นที่เป็นการศึกษาเรียนรู้ระบบนิเวศน์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่ใช่เน้น

การตื่นตาตื่นใจ

7. ต้องมีการวางแผน เตรียมการเพื่อให้นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือนเกิดความพึงพอใจในประสบการณ์

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ ได้กล่าวถึงแนวทางในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตรสัญจร (agrotourism) ของบุคคลที่เกี่ยวข้อง 3 กลุ่ม ดังนี้ (รำไพพรรณ, 2544)

1. แนวทางบริหารจัดการเจ้าของสวน

- 1.1 จัดเตรียมสถานที่นำชม ควรเป็นเส้นทางวงรอบ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินได้ทั่ว

ถึง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 หากมีมูมสาธิตควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่เตรียมการสาธิตให้ชม
 1.3 มีมีคฤเทศก์นำชมสวน สามารถอธิบายได้ดี มีความรู้
 1.4 จัดมูมสถานที่พักผ่อน จัดมูมบริการอาหารและเครื่องดื่ม (จำหน่าย อาจให้เพื่อนบ้านบริการแทน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น)

1.5 จัดเตรียมอุปกรณ์ทิ้งขยะ โดยแยกขยะเปียกและขยะแห้ง

1.6 มีบริการห้องสุขาที่สะอาด

2. แนวทางบริหารจัดการผู้ประกอบการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

2.1 ต้องรอบรู้สถานที่ สวนแห่งนั้นอย่างละเอียด เพื่อให้ข้อมูลในการตัดสินใจและการเตรียมตัวแก่นักท่องเที่ยวได้

2.2 รู้ข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามในการเที่ยวสวนเกษตร และสามารถถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจก่อนการเดินทาง

2.3 หลังจากนำชมแล้วควรหาเวลาให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างเดินทางกลับ หรือมีการประเมินการเดินทางนั้นเพื่อนำไปปรับปรุงได้

3. แนวทางการเตรียมตัวของนักท่องเที่ยว

3.1 เป็นผู้สนใจการทำกรเกษตรในแต่ละสาขาที่จะไปชม

3.2 มีการเตรียมตัวเดินทาง และเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้พร้อมตามที่มีจัดแนะนำ

3.3 หากชอบถ่ายภาพที่ระลึกแล้ว ควรเตรียมกล้องและฟิล์มให้มากพอ

3.4 ปฏิบัติตามข้อเสนอแนะและข้อห้ามของแต่ละสถานที่ เพราะต้นไม้รอบด้านอาจมีความอ่อนไหวและเปราะบางอยู่ เช่นกิ่งไม้ผลที่เพิ่งผ่านการต่อกิ่ง เป็นต้น

3.5 สร้างจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อม

จากแนวทางการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ในระบบธุรกิจมีข้อควรคำนึงถึง สรุปได้ดังนี้

1. ต้องมีการวางแผน และทำการศึกษารอบคอบ

2. ให้การศึกษาเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแก่ชุมชน เพื่อทำความเข้าใจกับชุมชนก่อนว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเพียงกิจกรรมเสริมจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรม ต้องปรับใช้กับธุรกิจโดยไม่ให้สูญเสียความเป็นวิถีชีวิตซึ่งเป็นจุดขายของธุรกิจเช่นกัน

3. ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนและตัดสินใจ เพื่อกำหนดกิจกรรมที่อาจเกิดขึ้นในพื้นที่ของตนเอง

4. ดำเนินการเพื่อให้ชุมชนเกิดประโยชน์สูงสุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวคิดเกี่ยวกับโฮมสเตย์

โฮมสเตย์ (homestay) ถือว่าเป็นนวัตกรรมทางการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยได้รับแนวคิดมาจากประเทศตะวันตก จุดกำเนิดของโฮมสเตย์ กล่าวได้ว่าเกิดขึ้นในทวีปยุโรป ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ในยุคนั้นผู้คนเริ่มแสวงหาความสงบสุขและการพักผ่อนที่เงียบสงบในพื้นที่ชนบทที่ห่างไกลแต่เนื่องจากราคาที่พัก โดยเฉพาะที่พักซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ชนบทที่มีทิวทัศน์งดงามมีราคาแพง ดังนั้น แนวความคิดในการพักแรมกับเจ้าของบ้านจึงเริ่มก่อตัวขึ้นและได้รับความนิยมมากขึ้นเป็น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มีการบัญญัติศัพท์ และให้ความหมายคำว่าโฮมสเตย์อย่างเป็นทางการแต่เป็นที่ทราบในความหมายโดยทั่วไปว่า โฮมสเตย์ คือการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะสัมผัสกับวัฒนธรรมชนบทอย่างแท้จริง ด้วยการเข้าไปพักอาศัยร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยอาจมีการให้บริการด้านอาหาร การนำเที่ยวกิจกรรมทางวัฒนธรรม การเกษตร การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน ดังนั้น โฮมสเตย์จึงเป็นกิจกรรมหนึ่งที่น่าสนใจและมีความสะดวก และเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

โดยทั่วไปแล้วคำว่าโฮมสเตย์สามารถเรียกกันให้เข้าใจง่าย ๆ ว่าที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท ซึ่งหมายถึงการจัดสรรพื้นที่บ้านพักเพื่อบริการนักท่องเที่ยว โดยที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมประจำถิ่นภายใต้ศักยภาพ และการยอมรับของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน ดังนั้น โดยภาพรวมของคำว่าโฮมสเตย์แล้วก็คือการชุกชุมของวิถีชีวิตไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา เห็นว่าการท่องเที่ยวแบบนี้เป็นการจัดการรูปแบบหนึ่งของธุรกิจที่พักแรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเท่านั้น และมีความจำเป็นคล้ายกับผู้อื่นว่าปกติมักให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของพื้นที่บ้าน (บุญเลิศ, 2542)

ภราเดช พยัณวิเชียร กล่าวว่า โฮมสเตย์ คือบ้านของชาวบ้านที่มีห้องหรือพื้นที่พอจะรับแขกผู้มาเยือนได้โดยเจ้าของบ้านพอใจและยินดีจะแบ่งพื้นที่รับนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ (learning process) โดยมีการให้การศึกษา (education) เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศน์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มความรู้ (knowledge) ประสบการณ์ (experience) ความประทับใจ (appreciation) เพื่อสร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแต่งเนื้อหา และต้องขออนุญาตทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กับนักท่องเที่ยวประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ ทั้งนี้มี สิ่งที่จะต้องคำนึงอย่างน้อย 3 ประการ เมื่อจะดำเนินการจัดการในรูปแบบของโฮมสเตย์ (ภราเดช, 2542) คือ

1. การกำหนดพื้นที่ใช้สอย ซึ่งหมายถึงการกำหนดพื้นที่ระหว่างพื้นที่หวงห้ามที่ไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเข้าไป และพื้นที่สาธารณะ ทั้งนี้ เพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบจากกิจกรรมการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อความเป็นอยู่ของชุมชน โดยอาจจะแบ่งเป็นพื้นที่สาธารณะพื้นที่กึ่งสาธารณะ พื้นที่ส่วนตัว ซึ่งในแต่ละพื้นที่มีข้อห้ามและกฎระเบียบแตกต่างกันไป

2. พันธมิตรทางธุรกิจ ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ในบางครั้งจะต้องขอความช่วยเหลือหรือขอรับการสนับสนุนจากพันธมิตรทางธุรกิจในด้านต่าง ๆ อาทิ ทางด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การให้คำแนะนำและให้ความรู้ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งการมีพันธมิตรทางธุรกิจนี้จะทำให้อุปสรรคลดน้อยลง

3. หลักการขาย การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ต้องคำนึงถึงจุดขายโดยทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของชุมชนเพื่อวางจุดขายและหาทางพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ กล่าวว่า ในต่างประเทศการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์สามารถจัดได้ในเมืองเช่นกัน โดยที่แนวคิดของโฮมสเตย์นี้ได้ถูกอธิบายให้มีขอบเขตความหมายกว้างมากกว่าการท่องเที่ยวในแหล่งเกษตรกรรม แต่พื้นฐานด้านวัตถุประสงค์ในการจัดการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ การท่องเที่ยวนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ โดยเน้นการจัดการเชิงธุรกิจชุมชน ด้านการจัดการส่วนหนึ่ง พบว่า มีความแตกต่างไปจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ทั่วไปคือ เจ้าของบ้านในแหล่งท่องเที่ยวจะจัดสรรห้องหนึ่งไว้ให้บริการพักผ่อนแก่นักท่องเที่ยวแต่รูปแบบของการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวได้รับจะแตกต่างไปจากการพักผ่อนในโรงแรม รีสอร์ท หรือเกสต์เฮาส์ เพราะการพักอยู่กับเจ้าของบ้านนี้ทั้งสองฝ่ายคือทั้งเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวต่างเปิดใจที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ที่เป็นมิตร อยากรู้ก็ถาม การรับนักท่องเที่ยวมาค้างคืนในบ้านนั้น ทั้งสองฝ่ายต่างมีความพึงพอใจ และทราบรายละเอียดกันและกันก่อน (ร่ำไพพรรณ, 2542)

โดยสรุป จากคำนิยามที่มีผู้ให้ความหมายไว้ดังกล่าวข้างต้นอาจกล่าวได้ว่าโฮมสเตย์เป็นรูปแบบที่พักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัส เรียนรู้ชีวิตของชุมชนได้อย่างใกล้ชิดโดยการพักค้างแรมกับชุมชน ทั้งนี้ ความแตกต่างกันระหว่างความหมายของโฮมสเตย์ที่ใช้กันอยู่ในประเทศไทยกับความหมายของโฮมสเตย์ที่ใช้กันอยู่ในภูมิภาคยุโรป โดยที่ความหมายของโฮมสเตย์ในภูมิภาคยุโรปจะหมายถึงการเปิดบ้านพักให้นักท่องเที่ยวหรือนักเรียน นักศึกษาเข้าไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตจากเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พักร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยต้องจ่ายค่าที่พักและอาหารให้กับเจ้าของบ้าน ซึ่งความหมายนี้มีลักษณะในแนวของที่พักแบบ B&B (bed & breakfast) และการพักกับครอบครัวของนักเรียนต่างชาติ (family stay) ในขณะที่ประเทศไทยจะหมายถึงการที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในหมู่บ้านและพักค้างคืนร่วมกับเจ้าบ้านในชุมชนในระยะเวลาอันสั้น ๆ ซึ่งอาจมีการศึกษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเจ้าของบ้าน ทั้งนี้เห็นว่าประเทศไทยควรใช้คำว่า village overnight stay หรือ village operation จะเหมาะสมกว่าคำว่าโฮมสเตย์

จากประสบการณ์การทำงานด้านการพัฒนาโฮมสเตย์ที่ผ่านมา การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวในลักษณะของโฮมสเตย์นี้จะไม่สามารถบรรลุถึงผลสำเร็จได้โดยหากขาดองค์ประกอบดังต่อไปนี้ (จำไพพรรณ, 2542)

1. พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ได้แก่ ป่าไม้ น้ำตก ทะเล และภูเขา

2. พื้นที่หลัก หมายถึง พื้นที่ชุมชนที่ยังคงสภาพดั้งเดิมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ หมู่บ้านที่ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีที่เก่าแก่ สวนเกษตร สวนผลไม้ และการประมงพื้นบ้าน ซึ่งที่พักแรมโฮมสเตย์จะตั้งอยู่ในพื้นที่หลักนี้

3. พื้นที่สนับสนุน หมายถึง พื้นที่ใกล้เคียงที่มีสาธารณูปโภค และสาธารณูปการที่จำเป็น ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และร้านค้าทั่วไป

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์ว่าลักษณะของนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544) คือ

1. เป็นนักท่องเที่ยวอิสระ

2. มีความต้องการและความสนใจที่หลากหลาย

3. ไม่ยึดติดแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใดแหล่งหนึ่ง

4. มีกำลังซื้อสูง

5. เป็นนักศึกษา และนักเรียนที่ต้องการเรียนรู้และหาประสบการณ์ โดยนักท่องเที่ยวที่พักโฮมสเตย์นั้นมีเหตุผลในการตัดสินใจเข้าพัก ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวรู้สึกใกล้ชิดและได้สัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงาม

2. นักท่องเที่ยวมีโอกาสพบปะกับชุมชนท้องถิ่น และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

3. โฮมสเตย์มีราคาถูกกว่าการพักในโรงแรม

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความต้องการพื้นฐานในการเข้าพัก 10 ประการ ดังนี้

1. เตียงนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด
3. อาหารพื้นบ้านง่าย ๆ แต่ปรุงมาเป็นอย่างดี
4. ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม
5. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ อาทิ เดินป่า ตกปลา ชิมข้าวปุ้นเขา จักรยาน
7. ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
8. ความบันเทิง อาทิ คอนเสิร์ต การเต้นรำ การแสดงพื้นบ้าน
9. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
10. ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าบ้าน

คุณสมบัติที่พักโฮมสเตย์ที่เหมาะสม

การบริการที่พักรูปแบบโฮมสเตย์นั้น ต้องคำนึงถึงสภาพสิ่งแวดล้อมทั้งภายนอก และภายในว่ามีความเอื้ออำนวยให้แก่ธุรกิจมากน้อยเพียงใด ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดตัวชี้วัดที่สามารถนำมาบ่งชี้ให้เห็นถึงคุณสมบัติที่เหมาะสมของโฮมสเตย์ มีดังนี้

1. ตัวชี้วัดด้านที่พัก
 - 1.1 โครงสร้างบ้านพักที่มีความมั่นคง
 - 1.2 บ้านพักมีอากาศถ่ายเทได้สะดวก และแสงสว่างส่องเข้าถึงไม่มีกลิ่นอับและมีหลังคาที่สามารถกันฝนได้ เมื่อพบว่ารั่วซึมให้รีบซ่อมแซมให้อยู่ในสภาพเดิม
 - 1.3 มีที่นอนที่สบายตามสภาพชุมชน และเครื่องนอนที่สะอาด
 - 1.4 มีห้องน้ำ และห้องส้วมที่สะอาด โดยอาจอยู่ในห้องเดียวกันหรือแยกออกจากกัน และอยู่ในสภาพที่ถูกลักษณะ
 - 1.5 มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน และอุปกรณ์ภายในห้องนอนทุกครั้ง เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก และทำความสะอาดภายหลังนักท่องเที่ยวเข้าพักแล้ว
 - 1.6 มีการกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ โดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน
 - 1.7 มีการดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณบ้าน เช่น สวนหย่อม สวนครัว ต้นไม้ ร่องน้ำ เป็นต้น

2. ตัวชี้วัดด้านอาหารและโภชนาการ

- 2.1 มีอาหารที่ปรุงมาอย่างดี ควรเป็นอาหารพื้นบ้านซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

มีรสชาติที่ไม่จัดเกินไปให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.2 ภาชนะที่ใช้สะอาดและปลอดภัย
- 2.3 คราวอยู่ในสภาพที่สะอาด ไม่มีกลิ่น
- 2.4 อุปกรณ์ที่ใช้ในครัวสะอาด ถูกสุขลักษณะ
- 2.5 มีน้ำดื่ม น้ำใช้ที่สะอาด
- 2.6 มีร้านอาหารในชุมชน
3. ตัวชี้วัดด้านความปลอดภัย
 - 3.1 มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย
 - 3.2 มีเครื่องมือ และวิธีการสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้ายหรือกรณีนักท่องเที่ยวเจ็บป่วย
 - 3.3 มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น
 - 3.4 มีการเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเก็บรักษาทรัพย์สินและเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับยาในกรณีนักท่องเที่ยวมีโรคประจำตัว
 - 3.5 มีการดูแลซ่อมแซมสิ่งของต่าง ๆ ในที่พักเพื่อความปลอดภัยอยู่เสมอ
4. ตัวชี้วัดด้านการจัดการ
 - 4.1 มีการรวมกลุ่มชาวบ้านจัดการในรูปแบบของชุมชน หรือสหกรณ์
 - 4.2 มีคณะกรรมการบริหาร โครงการ
 - 4.3 มีการกำหนดข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อมิให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรม จารีต ประเพณี ความเชื่อของชุมชน
 - 4.4 มีระบบการจองล่วงหน้า และลงทะเบียนเพื่อทราบข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว
 - 4.5 มีรายละเอียดเกี่ยวกับค่าธรรมเนียม และค่าบริการต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบชัดเจน
 - 4.6 มีข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างละเอียดให้นักท่องเที่ยวได้เลือก
 - 4.7 ชุมชนไม่หวังจะสร้างรายได้จากโฮมสเตย์เพียงอย่างเดียวและต้องไม่มีผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของชุมชน
 - 4.8 มีผู้นำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ที่เป็นคนท้องถิ่น และมีความพร้อมในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้
5. ตัวชี้วัดด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
 - 5.1 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น เดินป่า ตกปลา ชิม้า ปีนเขา ศึกษารยาน เป็นต้น
 - 5.2 มีกิจกรรมการฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 5.3 มีการต้อนรับตามประเพณีท้องถิ่น
- 5.4 มีกิจกรรมทางด้านบันเทิง
- 5.5 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม
- 5.6 มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน
6. ตัวชี้วัดด้านสภาพสิ่งแวดล้อม
 - 6.1 มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภท เช่น แหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณคดี โบราณสถาน ด้านการเกษตร เป็นต้น
 - 6.2 มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนอยู่สม่ำเสมอ
 - 6.3 มีสถานพยาบาล ไปรษณีย์ ธนาคารไม่ไกลเกินไป
 - 6.4 พื้นที่หลักยังคงเป็นสภาพเดิมของชุมชนและรักษาไว้ได้คงเดิม
7. ตัวชี้วัดด้านมูลค่าเพิ่ม
 - 7.1 มีร้านขายของที่ระลึกในชุมชน
 - 7.2 มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยชาวบ้าน และใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น
 - 7.3 มีโอกาสเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน
 - 7.4 มีโอกาสพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชนในการให้บริการที่ประทับใจ
8. ตัวชี้วัดด้านการส่งเสริมการตลาด
 - 8.1 มีคู่มือการท่องเที่ยวเป็นของตนเอง
 - 8.2 มีเว็บไซต์เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว
 - 8.3 มีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยว โฮมสเตย์ของกระทรวงการท่องเที่ยว
 - 8.4 มีแผนที่แสดงที่พักและเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว
 - 8.5 มีตารางกิจกรรมที่หลากหลายให้เลือก

แนวคิดศักยภาพขององค์กรชุมชน

องค์กรชุมชน หรือองค์กรชาวบ้าน หรือองค์กรประชาชน หมายถึง กลุ่มคนในชุมชนที่รวมตัวกันเพื่อดำเนินกิจกรรมหนึ่ง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มธนาคารข้าว กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มวนเกษตร และกลุ่มป่าชุมชน เป็นต้น องค์กรชุมชนสามารถแบ่งเป็นหลายประเภทตามขอบเขตในการจัดตั้ง เช่น ขอบเขตของปัญหา ขอบเขตของพื้นที่ และขอบเขตด้านวัตถุประสงค์ เป็นต้น รูปแบบการรวมตัวขององค์กรมีทั้งแบบไม่เป็นทางการจนถึงแบบเป็นทางการ สำหรับประเทศไทยมีองค์กรชุมชนหลากหลายประเภท ได้แก่ องค์กรที่แก้ไขปัญหาใดปัญหาหนึ่ง ซึ่งสมาชิกมักมาจาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น ไม่สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลายชุมชน ตำบล อำเภอ องค์กรชุมชนเพื่อต่อรองด้านเศรษฐกิจ องค์กรชุมชนเพื่อต่อรองด้านสังคม การเมือง (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542)

องค์กรชุมชนจะดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ และแสดงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างกว้างขวางก็ต่อเมื่อจัดตั้งขึ้นบนฐานของรูปแบบที่เหมาะสมบนพื้นฐานของการช่วยเหลือตนเอง และต้องดำเนินการโดยสมาชิกเอง โดยมีหลักการพิจารณา 3 ประการ คือ

1. สมาชิกต้องสามารถที่จะเข้าร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาของพวกเขา
2. สมาชิกต้องสามารถเข้าร่วมอย่างเต็มที่ในการพยายามดำเนินการพัฒนา
3. สมาชิกต้องสามารถที่จะแบ่งปันประโยชน์จากการพัฒนาอย่างยุติธรรม

องค์ประกอบขององค์กรชุมชน พิจารณาจากลักษณะองค์กรและสมาชิกในองค์กรบ่งชี้องค์ประกอบขององค์กรชุมชนที่สำคัญ 6 ประการ (สมพันธ์ และคณะ, 2540)

1. มีอุดมการณ์ร่วมกัน หมายถึง มีทัศนคติต่อโลกต่อสังคมและต่อชุมชนร่วมกัน อุดมการณ์ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะยึดเหนี่ยวทิศทางกรรวมกลุ่มเอาไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสามารถกำหนดเป้าหมายระยะยาว หรือวิสัยทัศน์ อีกทั้งยังทำให้องค์กรชุมชนนั้นมีการรวมตัวได้ดีขึ้น

2. การมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน

3. การมีผลประโยชน์ร่วมกันและกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ผู้นำ ถือเป็นผู้กุมความอยู่รอดขององค์กรชาวบ้าน หากผู้นำได้รับการยอมรับ มีบารมี มีความสามัคคี ปฏิบัติดี มีความสามารถ และคิดถึงส่วนรวมจริง ๆ ก็จะสามารถนำพาองค์กรชาวบ้านให้ประสบความสำเร็จและสร้างความเข้มแข็งให้แก่องค์กรชาวบ้านได้ โดยผู้นำคนหนึ่งนั้นสามารถจัดอยู่ในหลายประเภทด้วยกัน ซึ่งมีลักษณะของการผสมผสานอยู่ในบุคคลเดียวกันอาจเป็นผู้นำทางความคิด การปฏิบัติและเผยแพร่ร่วมอยู่ในบุคคลเดียวกัน อย่างไรก็ตาม การจัดประเภทของผู้นำสามารถจัดได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ผู้นำความคิด ผู้นำทางศีลธรรม ผู้นำทางด้านอาชีพ ผู้นำด้านการพูด และผู้นำที่สามารถประยุกต์งานราชการกับเป้าหมายเพื่อชาวบ้านได้ ผู้นำทางการประสานทรัพยากรภายในและภายนอกชุมชน

3.2 สมาชิก การที่สมาชิกมาร่วมมือและมีส่วนร่วมในกิจกรรมทั้งทางความคิด การวางแผน การตัดสินใจ การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล ตลอดจนมีสิทธิ์ที่จะได้รับผลประโยชน์จากองค์กร นับเป็นบทบาทหน้าที่และสิทธิในการรวมกลุ่มเป็นองค์กรชาวบ้าน สมาชิกมีหลายประเภททั้งสมาชิกที่เข้าร่วมทำงานกับองค์กร โดยอาจจะเข้าร่วมกิจกรรมบ้าง ไม่เข้าร่วมกิจกรรมบ้าง และสมาชิกประเภทเฝ้าดูเฉย ๆ มีมากกว่าประเภทอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ชาวบ้านทั่วไปที่ไม่เข้าร่วมอยู่ในองค์กร แต่ก็มีผลต่อการดำรงอยู่ในความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน เพราะเป็นกลุ่มคนที่เฝ้าดูติดตามวิพากษ์วิจารณ์ และพร้อมจะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมกับองค์กร

4. การบริหารจัดการ ถือเป็นเรื่องซึ่งขาดความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน โดยเฉพาะทุกกิจกรรมที่มีเรื่องเงิน และคนเข้าไปเกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องอาศัยการจัดการที่มีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้ คือ

4.1 การตัดสินใจร่วม นับได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการรวมตัวกันเป็นองค์กรชาวบ้าน เพราะถ้าหากสมาชิกไม่มีโอกาสตัดสินใจด้วยความเป็นเจ้าขององค์กรก็ย่อมไม่มีความอยู่รอดองค์กรก็จะขาดความตระหนักและช่วยกันระคับระคอง

4.2 โครงสร้างและบทบาทหน้าที่ สำหรับองค์กรที่มีเนื้อหางานชัดเจนควรมีตำแหน่งที่มีเนื้อหางานที่ปฏิบัติจริง

4.3 สถานที่และวัสดุอุปกรณ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางของการรวมตัวกันสำหรับการประชุม การจัดกิจกรรม การเก็บวัสดุอุปกรณ์และการใช้ประโยชน์อื่น ๆ สำหรับชุมชน

4.4 การสื่อสารระหว่างผู้นำกับสมาชิกขององค์กรชาวบ้าน ซึ่งมีหลายรูปแบบ เช่นการจัดประชุมชี้แจงแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและหาข้อสรุปร่วมกัน แจกข้อมูลข่าวสารผ่านหอกระจายข่าว การประชุมแกนนำองค์กรและกระจายข้อมูลต่อในกลุ่มย่อย และการใช้ความสัมพันธ์ทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างผู้นำและสมาชิกในการส่งต่อและการรับข้อมูลข่าวสารความรู้ระหว่างกัน เป็นต้น การสื่อสารนี้มีความสำคัญในการช่วยให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ และร่วมมือกันมากขึ้น หากไม่มีการสื่อสารหรือสื่อสารน้อย หรือสื่อสารไขว้เขวจากความเป็นจริงการที่จะประสบความสำเร็จในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ก็เป็นไปได้

4.5 การควบคุมตรวจสอบ เมื่อมีการแบ่งบทบาทหน้าที่กันแล้วต้องมีการควบคุมตรวจสอบกันอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีการรับรู้อย่างโปร่งใส การควบคุมตรวจสอบกันและกันอยู่เสมอมจะช่วยให้องค์กรหรือชาวบ้าน ไม่มีปัญหา หรือป้องกันปัญหาได้หรือแก้ปัญหาได้แต่เนิ่น ๆ

5. กิจกรรมการเรียนรู้ ฝึกฝนและปฏิบัติจริง ประกอบด้วย กิจกรรมการพัฒนาโดยทั่วไป กิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมเป็นหลัก บางชุมชนอาจมีกิจกรรมทางการเมืองที่มีปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น กิจกรรมด้านเศรษฐกิจที่นิยมทำกันมากในชนบท คือ กลุ่มออมทรัพย์ ศูนย์สาธิตการตลาด กลุ่มปุ๋ย ธนาคารข้าว กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง สหกรณ์ ปั้นน้ำมัน กิจกรรมต่าง ๆ อาจแบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ กิจกรรมด้านการเกษตร กิจกรรมด้านการเมือง และกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม กิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำและสมาชิกชาวบ้านให้ทำงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร่วมกัน และเป็นกิจกรรมที่ต้องการความต่อเนื่องเพื่อแก้ปัญหาหรือช่วยเสริมสร้างชีวิตชาวบ้านให้มีคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น

6. งบประมาณ เพื่อสามารถดำเนินงานไปได้ด้วยดีจำเป็นที่จะต้องมีการระดมทุนทั้งภายในและภายนอกเพื่อทำกิจกรรมได้

แนวคิดผู้นำท้องถิ่น

อรุณ รักธรรม กล่าวถึง ผู้นำว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญมีอิทธิพลต่อสมาชิก เป็นศูนย์กลางและศูนย์รวมพลังของสมาชิก ความสำเร็จของกลุ่มและขององค์กรจึงขึ้นอยู่กับผู้นำในหน่วยงานที่มีความสามารถในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผล ทั้งนี้เพราะภาวะผู้นำเป็นองค์ประกอบที่สำคัญขององค์กรทุกองค์กร งานพัฒนาทั่ว ๆ ไปจะเริ่มจากผู้นำเสมอ ในการพัฒนาชุมชนให้มีการพึ่งตัวเองและมีศักยภาพของชุมชนจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องเริ่มจากผู้นำท้องถิ่นในแต่ละท้องถิ่นนั้น ๆ เพราะผู้นำจะเป็นผู้กระตุ้นให้ประชาชนเกิดแรงคล้อยใจอย่างแรงกล้าให้ตระหนักถึงปัญหาของชุมชน และเกิดแรงคล้อยใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาต่าง ๆ ของชุมชน นอกจากนี้ผู้นำยังทำหน้าที่คอยช่วยเหลือชี้แนะเพื่อให้กระบวนการพัฒนาชุมชนสามารถดำเนินการต่อไปได้ด้วยตนเอง (self-sustaining) ดังนั้น ในส่วนนี้ผู้ศึกษาจะขอกล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับผู้นำท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วย ความหมายของผู้นำ ประเภทของผู้นำ ความสำคัญของผู้นำท้องถิ่น และคุณลักษณะของผู้นำท้องถิ่นที่เอื้ออำนวยต่องานพัฒนาชุมชน (อรุณ, 2547)

ผู้นำชุมชน หมายถึง บุคคลซึ่งได้รับการแต่งตั้ง ได้รับการยอมรับหรือยกย่องจากสมาชิกในชุมชนให้เป็นหัวหน้าเป็นผู้ตัดสินใจ เป็นผู้ที่มีความสามารถในการปกครอง มีความเป็นผู้นำโดยที่ชักจูงสมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานพัฒนาการท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องเชิงอนุรักษ์ของชุมชนท้องถิ่นได้ และเป็นบุคคลที่อำนวยความสะดวกให้ชุมชนท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องบรรลุผลถึงเป้าหมายของการพัฒนาการท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องอนุรักษ์อย่างมีประสิทธิภาพได้

ประเภทของผู้นำ

บุญทัน ดอกไธสง ได้แบ่งผู้นำออกเป็น 2 ประเภท (บุญทัน, 2535) คือ

1. ผู้นำที่เป็นทางการ (formal local leader) ซึ่งถูกแต่งตั้งขึ้นเพื่อรับผิดชอบการปฏิบัติงานในองค์กรจะเป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไปในหมู่บ้าน ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน อาสาสมัครสาธารณสุข

ประจำหมู่บ้าน ตลอดจนคณะกรรมการต่าง ๆ ของชุมชน เช่น คณะกรรมการหมู่บ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์เพื่อการศึกษาค้นคว้า ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
 คณะกรรมการสภาตำบล รวมทั้งข้าราชการประเภทต่าง ๆ ในท้องถิ่น เป็นต้น
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ผู้นำแบบไม่เป็นทางการ (informal local leader) เป็นผู้นำตามธรรมชาติ ซึ่งเกิดขึ้นจากการพบปะสังสรรค์กันของชาวบ้าน มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดสนิทสนมซึ่งกันและกัน และถูกเลือกให้เป็นผู้แทนประชาชนในท้องถิ่น โดยมติของกลุ่มหรือของชุมชน ได้แก่ ผู้เฒ่าผู้แก่ ข้าราชการ บำนาญ ผู้ที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี เจ้าอาวาสวัด ผู้ที่มีความชำนาญพิเศษ ผู้นำบางคนเหล่านี้อาจมีอิทธิพลต่อชาวบ้านมาก เป็นตัวเชื่อมประสานงานระหว่างชาวบ้านกับ ผู้นำที่เป็นทางการ และเป็นผู้นำที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการปฏิบัติงานของผู้นำที่เป็นทางการ ตลอดจนเป็นแรงผลักดันให้ชาวบ้านเข้าร่วมกิจกรรมและไม่เข้าร่วมกิจกรรมในการพัฒนาชุมชนของตนเองอีกด้วย

ความสำคัญของผู้นำท้องถิ่น

สมนึก ปัญญาสิงห์ สรุปความสำคัญของผู้นำท้องถิ่นไว้ ดังนี้ (สมนึก, 2532)

1. ดำเนินกิจกรรมการพัฒนาร่วมกับชาวบ้าน
2. เสริมสร้างการพัฒนาประชาธิปไตยในชุมชน
3. ทำหน้าที่บำบัดทุกข์บำรุงสุข และยังประโยชน์ต่าง ๆ ให้กับชาวบ้าน
4. เป็นผู้นำเปลี่ยนแปลง
5. เสริมสร้างการจัดตั้งองค์กรต่าง ๆ ในระดับท้องถิ่นให้เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ
6. ทำหน้าที่ในการสื่อสารในชุมชนของตน
7. แสวงหาความช่วยเหลือต่าง ๆ ในระดับท้องถิ่นให้เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ
8. ทำหน้าที่เป็นผู้แทนของชาวบ้านในการวางแผน การกำหนดนโยบายและการจัดทำ

โครงการพัฒนาชุมชน

9. ดำรงรักษาสิ่งที่ดีงามและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชน
10. เป็นผู้ประสานงานหมู่บ้าน (village coordinator)

อรทัย อาจอ่ำ เสนอว่าความสำคัญและบทบาทของผู้นำท้องถิ่นที่พึงมีต่อการพัฒนา มีดังนี้ (อรทัย, 2543)

1. ผู้นำที่มีศรัทธา มีความสามารถ มีภูมิปัญญา (ผู้นำมีวุฒิการศึกษาค่อนข้างสูงหรือจบการศึกษาระดับสูง แต่ต้องการอยู่ในชุมชนเพื่อทำงานพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง) นอกจากนี้ก็พบว่า ผู้นำมีวิสัยทัศน์ และยังเป็นที่พักพิงของชาวบ้าน หรือของชุมชนได้ จะนำไปสู่การพัฒนาที่สำเร็จ

2. ผู้นำทำงานด้วยความเสียสละอดทน ไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตน และที่สำคัญก็คือ ผู้นำมีอาชีพและการทำมาหากินที่สุจริต เปิดเผย และไม่มีพฤติกรรมใด ๆ ที่แสดงถึงการไขว่คว้า

ผลประโยชน์ส่วนตน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ผู้นำมีจิตใจที่เปิดกว้าง ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และพร้อมที่จะเรียนรู้จากคนอื่น อยู่ตลอดเวลา

4. เป็นผู้นำที่ยอมรับการทำงานร่วมกับชาวบ้านและนักวิชาการที่สนใจเรื่องการพัฒนา ชุมชนเพื่อส่งเสริมการมีกระบวนการมีส่วนร่วม และกระบวนการประชาธิปไตยในการปกครอง หรือในการบริหารองค์กร (โดยให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดและตัดสินใจต่าง ๆ ร่วมกับ ผู้นำและผู้บริหารขององค์กรหรือชุมชน โดยตรง)

5. ผู้นำทำหน้าที่ส่งเสริมให้กลุ่มหรือองค์กรต่าง ๆ ในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาคนใน ชุมชนให้มีความตื่นตัว และมีการเรียนรู้ซึ่งกันและกันในบรรดาสมาชิกของชุมชนตลอดเวลา เพื่อจะ นำไปสู่ความเข้มแข็งในการพัฒนาและการมีศักยภาพของชุมชน

จะเห็นได้ว่า การพัฒนาศักยภาพของชุมชน โดยรวมแล้วผู้นำจะต้องมีภาวะความเป็นผู้นำ ได้แก่ เป็นบุคคลที่ทำเนนกิจกรรมพัฒนาร่วมกับชาวบ้านอย่างจริงจัง โดยการให้ชาวบ้านมีส่วน แสดงความคิดเห็น และตัดสินใจปัญหาต่าง ๆ ของชุมชนจะทำให้ชุมชนเกิดการพัฒนาที่เข้มแข็ง อีกทั้งผู้นำจะต้องได้รับการยอมรับจากชาวบ้านในชุมชนอีกด้วย จึงทำให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่าง รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

คุณลักษณะของผู้นำท้องถิ่นที่เอื้ออำนวยต่องานพัฒนาชุมชน

สมนึก ปัญญาสิงห์ กล่าวว่าการประกอบไปด้วยคุณลักษณะที่สำคัญ ดังต่อไปนี้ (สมนึก, 2532)

1. เป็นผู้ที่ได้รับการยกย่อง หรือได้รับการยอมรับจากชาวบ้านว่าเป็นผู้ที่มีความสามารถในการ พัฒนาหมู่บ้านไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายของงาน ซึ่งจะมีผลทำให้ได้รับความศรัทธาและ ความช่วยเหลือร่วมมือจากชาวบ้านในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ต่อไป

2. เป็นผู้ที่มีสุขภาพแข็งแรงและมีความสุขทางครอบครัว เพราะปัญหาสุขภาพและปัญหา ครอบครัวจะทำให้การปฏิบัติหน้าที่ของผู้นำนั้นมีประสิทธิภาพลดน้อยลงเกิดความวิตกกังวลต่าง ๆ นานา หรือทำอะไรไม่ได้เลย

3. เป็นผู้ที่มีความตั้งใจและจิตสำนึกที่จะพัฒนา มีความกระตือรือร้นมานะบากบั่น กล้า เสี่ยง อดทนต่อคำวิพากษ์วิจารณ์ ทำงานอย่างมีเป้าหมาย มีจิตใจและความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่ จะเห็นการเปลี่ยนแปลงของชุมชนในทางที่ดีขึ้น

4. เป็นผู้ที่แสวงหาความรู้ เทคนิคและวิธีการใหม่ ๆ ที่มีประสิทธิภาพโดยนำมาใช้ให้ เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและกิจกรรมการพัฒนาหมู่บ้านนั้น ๆ และมีวิสัยทัศน์กว้างไกล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปเผยแพร่บนเว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์โดยไม่ได้รับอนุญาตถือว่าผิดกฎหมายและจะดำเนินการตามกฎหมายต่อไป

5. เป็นผู้ที่มีคุณธรรม ยุติธรรม และความซื่อสัตย์ต่อตนเองและต่อผู้อื่น มีความรู้สึกมั่นคงทางอารมณ์

6. เป็นผู้ที่มีความสามารถทางมนุษยสัมพันธ์ มีศิลปะในการจูงใจคน มีไมตรีจิต มีจิตใจที่เป็นสาธารณะ และให้การยกย่องชมเชยนับถือผู้กระทำความดีอันจะเป็นกำลังใจในการทำงานร่วมกัน

7. เป็นผู้ที่ทำให้ความรัก ความศรัทธา ความจริงใจต่อสถาบันหมู่บ้านและชาวบ้านทุกคน โดยพยายามทำให้คนอื่น ๆ เห็นความสำคัญในความสามารถของแต่ละคนและพยายามพัฒนาคนในหน่วยงานสังคมน้อย ๆ ให้เกิดความรู้สึกว่าต้องพยายามช่วยเหลือตนเองก่อน

8. เป็นผู้ที่มีความสามารถในการวางแผนและการจัดการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับท้องถิ่น เพราะงานพัฒนาชุมชนนั้นเป็นงานละเอียดอ่อนและซับซ้อนพอสมควร ดังนั้น การมีความรู้ความสามารถในการวางแผนและการจัดการท้องถิ่นย่อมจะเป็นกุญแจทองไปสู่ความสำเร็จได้ในที่สุด

9. เป็นผู้ที่มีความสามารถในการประสานงานและสื่อความหมายเป็นอย่างดีระหว่างหมู่บ้านกับชุมชนภายนอก ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างบรรยากาศการพัฒนาที่ดีภายในหมู่บ้าน และความช่วยเหลือจากภายนอกในกรณีที่เกิดขีดความสามารถของชาวบ้าน

10. เป็นผู้ที่มีทัศนคติแบบประชาธิปไตย กล่าวคือ มีความรู้เชื่อความรู้สึกและทำที่ที่ดีต่อวิถีทางการดำเนินชีวิต มีความสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ฟังเสียงข้างมาก แต่ไม่ใช่เป็นไปในลักษณะการขูดขี่โดยเสียงข้างมาก ตลอดจนมีความสุขรอบคอบ ยอมรับและเคารพเหตุผลซึ่งกันและกัน

จะเห็นได้ว่าผู้นำเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในงานพัฒนาของชุมชน เพราะสามารถชักจูงบุคคลในท้องถิ่นให้เข้าร่วมในการดำเนินพัฒนาต่าง ๆ เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ อีกทั้งผู้นำยังเป็นที่ที่ชาวบ้านให้การยอมรับ เคารพยกย่อง จึงทำให้ผู้นำมีบารมีที่สามารถระดมทุนทั้งภายในและภายนอกชุมชน เพื่อนำมาใช้ในงานพัฒนาของชุมชน โดยเฉพาะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้

แนวคิดเรื่องศักยภาพในการรองรับได้ของพื้นที่

การส่งเสริมการจัดการและการวางแผนการท่องเที่ยว ควรพิจารณาถึงขนาดของพื้นที่ ข้อจำกัดทางระบบนิเวศน์ และทัศนียภาพ เพื่อจะได้นำเสนอสิ่งที่มีในพื้นที่ความสามารถในการบริหารและจัดการให้ตลาดการท่องเที่ยวขยายออกไปมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มนัส สุวรรณ ได้อธิบายเกี่ยวกับแนวคิดความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ โดยกล่าวว่า ธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ย่อมมีขีดจำกัด ความสามารถที่รับได้อยู่ในระดับหนึ่ง ระดับความสามารถที่รับได้นี้แตกต่างกันไปตามความแตกต่างทางด้านกายภาพ และชีวภาพของพื้นที่ และกิจกรรมของมนุษย์ที่กระทำในพื้นที่นั้น ซึ่งหากมีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่เกินขีดจำกัดนี้ไปแล้ว จะทำให้สภาพและความสมดุลของพื้นที่สูญเสียไปจนเกิดปัญหาต่อเนื่องอื่น ๆ ตามมา ความสามารถที่จะรับได้นี้สามารถแยกพิจารณาเป็น 3 ประเด็น (มนัส, 2538) คือ

1. ความสามารถที่จะรับได้ทางกายภาพ (physical carrying capacity) ลักษณะหรือสภาพทางกายภาพของสถานที่ที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามความประสงค์เป็นขีดจำกัดที่กำหนดได้ชัดเจนและจับต้องได้มากกว่า เช่น ขนาดของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แน่นอนตายตัว เป็นต้น

2. ความสามารถที่จะรับได้ทางสังคม (social carrying capacity) หมายถึง ความสามารถของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวที่จะพัฒนาเพื่อให้หรือขายสินค้าบริการแก่ผู้มาเที่ยว กล่าวอีกนัยหนึ่ง ความสามารถของสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวจำนวนสูงสุดได้โดยไม่เกิดภาวะแออัด

3. ความสามารถที่รับได้ทางนิเวศน์ (ecological carrying capacity) หมายถึง ความสามารถของภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ และในบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ที่จะรับได้ต่อการเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยา อันเกิดจากการพัฒนาสถานที่ดังกล่าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะการที่นักท่องเที่ยวไปรวมตัวอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งจำนวนมาก ย่อมก่อให้เกิดความกดดันต่อพื้นที่นั้นโดยตรง ซึ่งบางครั้งอาจจะมากเกินกว่าพื้นที่นั้นจะรับได้

การประเมินความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวต้องประเมินองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 4 ประการ คือ

1. ความปรารถนาของผู้เที่ยว ต้องประเมินความต้องการในประเภทและการบริการการท่องเที่ยวของคนส่วนใหญ่ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวได้แตกต่างกัน เช่น แหล่งท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นธรรมชาติจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ดีกว่าชาวต่างประเทศ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน โบราณวัตถุ สิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ จะสามารถใช้เป็นดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดี

2. ความสามารถในการให้บริการของนักท่องเที่ยว ความสามารถด้านนี้ขึ้นอยู่กับ การกำหนดค่าธรรมเนียมหรือค่าใช้จ่ายหรือค่าบริการที่สมเหตุสมผล การตั้งค่าธรรมเนียมการใช้หรือค่าบริการที่สูงจะทำให้นักท่องเที่ยวหัน ไปสนใจแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่มีอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวใดที่ตั้งอยู่ไกลเกินกว่าจะไปถึง แม้การคมนาคมจะสะดวก หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ใกล้แต่มีความยากลำบากในการเข้าถึง ย่อมมีส่วนทำให้ผู้ท่องเที่ยวเกิดความท้อแท้ที่จะไปใช้บริการได้ง่าย อย่างไรก็ตาม สถานที่เช่นว่านั้น อาจจะเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่นิยมการผจญภัยหรือต้องการความท้าทายก็ได้

4. ความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ ซึ่งสามารถพิจารณาออกเป็น 3 ประเด็น คือ ความสามารถที่จะรับได้เชิงกายภาพ ความสามารถที่จะรับได้ทางสังคม และความสามารถที่จะรับได้เชิงนิเวศน์

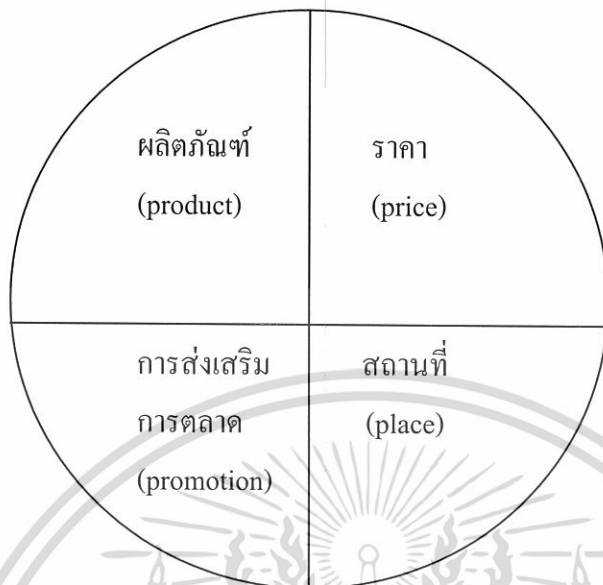
จากแนวคิดข้างต้น ขนาดของพื้นที่ ข้อจำกัดทางระบบนิเวศน์ และทัศนียภาพ เป็นการศึกษาถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่ พื้นที่ในแหล่งธรรมชาติหนึ่ง ๆ ย่อมมีขีดจำกัดในการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ หากใช้เกินขีดจำกัดจะทำให้เกิดความสูญเสียความสมดุลของพื้นที่นั้น ๆ และนำมาซึ่งปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ ขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่นี้วัดได้จากความสามารถที่จะรับได้ทางกายภาพ ทางสังคม และทางนิเวศน์ การประเมินความสำเร็จของแหล่งท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ความสามารถในการใช้บริการ ความสะดวกในการเดินทางและเข้าถึง และความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเติบโตจะไม่ไปทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และสังคมจนเกินไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดการ

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการด้านการตลาด

ปัจจัยด้านการตลาดหรือส่วนผสมทางการตลาด (marketing mix or strategy)

แนวคิดทางการตลาดของการท่องเที่ยว พิจารณาจากส่วนผสมของการตลาด ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) อาจมีลักษณะคงที่แน่นอนในลักษณะของสินค้าที่มีตัวตน หรือลักษณะของการบริการก็ได้ ราคา (price) การส่งเสริมการตลาด (promotion) และสถานที่ (place) หรือช่องทางจัดจำหน่าย (distribution) ในด้านการท่องเที่ยว ส่วนผสมของตลาดถ้านำมาประยุกต์กับธุรกิจการท่องเที่ยว จะได้ส่วนผสมของตลาดด้านการท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะ 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และสถานที่ ส่วนผสมของตลาดทั้ง 4 ประการต้องผสมกลมกลืนเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน (ชูลิทธิ, 2541) คูภาพประกอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5 ส่วนผสมทางการตลาด

ที่มา: (ชูสิทธิ์, 2541)

1. ผลิตภัณฑ์ มิได้หมายถึง ลักษณะรูปร่างของผลผลิตที่เสนอต่อลูกค้า แต่ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยลักษณะต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 พื้นฐานการออกแบบ (basic design) เช่น ในเรื่องโรงแรม องค์ประกอบดังกล่าว ได้แก่ ขนาดของ โรงแรมอยู่ในระดับ เล็ก กลาง หรือใหญ่ ถึงอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในโรงแรมมีมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

1.2 การนำเสนอ (presentation) การสร้างบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมในสถานบริการให้เกิดความประทับใจ เช่น การจัดสวนในที่สาธารณะในบริเวณโรงแรม การจัดห้องโถง (lobby room) ให้สวยงาม รวมทั้งการตกแต่งสถานที่บริเวณอื่น ๆ ทั้งส่วนที่เป็นพื้นที่ใช้ส่วนตัวและพื้นที่สาธารณะภายในโรงแรม เป็นต้น

1.3 การบริการ (service) การบริการที่ดี เจตคติที่มีต่องานบริการ และบุคลิกภาพที่ดี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการนำเสนอผลิตภัณฑ์แก่ลูกค้า

1.4 ยี่ห้อ (brand) ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดี และมีจินตภาพที่ดี เกิดความประทับใจแก่คนทั่วไป

นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวยังมีส่วนประกอบที่สำคัญต่อไปนี้ 5 ประการ รวมอยู่ด้วย ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ความน่าประทับใจและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว (destination attraction and environment) ซึ่งเกิดจากธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และวัฒนธรรม

2. สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของแหล่งท่องเที่ยว (destination facilities and services) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีที่พักประเภทต่าง ๆ ร้านอาหาร ระบบการขนส่ง กิจกรรมด้านกีฬาและนันทนาการ ร้านขายของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ที่ทำการตำรวจท่องเที่ยว และอื่น ๆ

3. การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกสบาย (accessibility of the destination) และความรวดเร็วในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้นเพื่อให้เกิดการเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจำเป็นต้องมีการจัดสร้างปัจจัยพื้นฐานสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น สนามบิน ทางรถไฟ ท่าเรือ ยวดยานพาหนะ ที่มีความรวดเร็วและปลอดภัย และการส่งเสริมดูแลจากรัฐบาลในเรื่องการอำนวยความสะดวกสบายในสิ่งดังกล่าว เป็นต้น

4. จินตภาพของการท่องเที่ยว (image of the destination) ความประทับใจ หรือจินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้บุคคลเกิดความใฝ่ฝันต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพราะมนุษย์มีประสาทแห่งการรับรู้ด้วยตา หู และสมอง ที่สามารถได้เห็น ได้ฟัง และบันทึกการเดินทางไปท่องเที่ยว หรือ ไปแล้วมีความต้องการจะไปเยี่ยมชมอีก หรือบอกต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ

5. ราคาที่เสนอต่อผู้บริโภค (price of the customer) ราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการท่องเที่ยวที่เสนอต่อผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามฤดูกาล เช่น ในฤดูกาลท่องเที่ยวราคาที่พักจะสูง แต่ฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวน้อยราคาที่พักถูก นอกจากนี้ ราคายังขึ้นอยู่กับบริการและความสะดวกสบายที่ผู้บริโภคจะได้รับด้วย เช่น ที่พักในโรงแรมระดับ 5 ดาว ราคาย่อมเยากว่าที่พักประเภทหอพัก หรือเรือนแรม (guest house) เป็นต้น

2. ราคา (price) ของสินค้าและการบริการ ในเรื่องการท่องเที่ยวไม่แน่นอน มีความยืดหยุ่นสูง ขึ้นอยู่กับฤดูกาล วันหยุด และกิจกรรมซึ่งจัดในการนันทนาการและการใช้เวลาว่างของผู้บริโภค ถ้าเป็นวันหยุดหรือฤดูกาลท่องเที่ยวความต้องการบริโภคสินค้าหรือบริการมีมากราคาย่อมสูงขึ้น ราคายังเปลี่ยนแปลงตามสภาวะเศรษฐกิจและการเมือง เมื่อเกิดความวุ่นวายไม่ปลอดภัยความต้องการการท่องเที่ยวจะลดลงส่งผลให้ราคาต่ำ นอกจากนี้ ราคายังมีผลกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราและการขึ้นลงของน้ำมันเชื้อเพลิง คู่แข่งขันก็มีส่วนทำให้ราคาเปลี่ยนแปลงไป ถ้าหน่วยในการผลิตในตลาดการท่องเที่ยวมีมาก เช่น โรงแรมมีมากเกินความต้องการ การแข่งขันย่อมสูง เป็นต้น การลดราคาที่เป็นปัจจัยหนึ่งในการแข่งขันเพื่อชนะคู่แข่ง การกำหนดราคาค่าบริการด้านการท่องเที่ยวต้องกำหนดล่วงหน้าอย่างน้อย 1 ปี หรือมากกว่านั้นเพราะได้พิมพ์ราคาในแผ่นพับ (brochure) ไว้ล่วงหน้า ดังนั้น การตั้งราคาต้องคำนึงถึงผลกระทบในอนาคต ซึ่งบางอย่างอาจ

หลีกเลี่ยงได้ แต่บางอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะได้ตกลงราคาล่วงหน้ากับหน่วยธุรกิจเครือข่ายไว้แล้ว หรือประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า

3. การส่งเสริมการตลาด (promotion) ต้องอาศัยเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด อันประกอบด้วยส่วนผสม 4 อย่างด้วยกัน คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการขายโดยบุคคล ส่วนประกอบทั้ง 4 อย่างนี้ เรียกว่า “ส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด” (promotion mix)

3.1 การโฆษณา (advertising) การโฆษณา คือ การนำเสนอเกี่ยวกับเรื่ององค์กร และ/หรือ ผลิตภัณฑ์ขององค์กร ไปยังผู้ที่สนใจโดยผ่านสื่อมวลชน ดังนั้น สื่อกลางในการโฆษณา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในการโฆษณาต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุน

3.2 การส่งเสริมการขาย (sales promotion) การส่งเสริมการขายมักใช้ร่วมกับการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขายควบคู่กันไป การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การใช้ตัวอย่างสินค้า (sample) การให้บัตรส่งเสริมการขายคูปอง (coupons) การเสนอเงินคืน (money refund offer) การเสนอส่วนลด (price packs) การเสนอของแถม (premium) การให้แสดมปีเก็บไว้แลกสินค้า (trading stamp) การแข่งขัน (contest) การส่งฉลากชิงโชค (sweepstake)

3.3 การประชาสัมพันธ์ (public relations) การประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการส่งเสริมการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยธุรกิจโดยตรง ซึ่งได้แก่ ผู้บริโภค ตัวแทนจำหน่าย พนักงาน รัฐบาล รวมทั้งสาธารณชนส่วนอื่น ๆ จุดมุ่งหมายหลักของการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างจินตนาการขององค์กรธุรกิจให้เกิดความรู้สึกที่ดีในสายตาของประชาชนทั่วไปมากกว่าการส่งเสริมการขาย

3.4 การขายโดยบุคคล (personal selling) เป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาด อันประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ เป็นการขายทางอ้อม (indirect selling) พนักงานขายสามารถติดต่อลูกค้าได้โดยตรง ผลผลิตจากหน่วยผลิต พ่อค้าขายส่ง (wholeseller) พ่อค้าขายปลีก (retailer) และผู้บริโภค (consumer) ได้รับรู้จากพนักงานฝ่ายขายโดยตรงมิได้ผ่านการขายทางอ้อม โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (two-way communication) ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถต่อรองซักถามข้อสงสัยเพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อผลิตภัณฑ์ หรือการบริการข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับก็สามารถย้อนกลับถึงหน่วยผลิต โดยผ่านการขายโดยบุคคล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. สถานที่ (place) หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (distribution) ในด้านวัตถุประสงค์ของการตลาดสถานที่ที่มีได้หมายถึงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว บริการด้านการท่องเที่ยว หรือสถานบริการด้านการท่องเที่ยว แต่ที่ตั้งหรือสถานที่ หมายถึง จุดขายทั้งหมดที่ทำให้ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวได้ซื้อบริการด้านการท่องเที่ยว

ส่วนผสมของตลาดการท่องเที่ยว 4 ประการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และสถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นแนวความคิดในเรื่องส่วนผสมของการตลาดทั่วไปแต่ก็ได้นำมาประยุกต์กับตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งเน้นการบริการเป็นหลักการจัดองค์ประกอบทั้ง 4 ประการดังกล่าวแล้วต้องให้สอดคล้อง และเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

จากการมอง 4Ps หรือกระบวนการธุรกิจ การผลิตและบริการมาเป็นการมองลูกค้าก่อนว่าต้องการอะไร คุณค่าอะไรที่เราต้องการจะมอบให้มอง 4Cs หรือสายการบริโภค โดยมองที่ความต้องการของลูกค้าแล้วค่อยมาปรับความต้องการของธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นการมองเรื่องจากภายนอกสู่ภายใน (ชูศักดิ์ และคณะ, 2546)

1. customer value คุณค่าที่จะมอบให้ผู้ซื้อคืออะไร ผู้ซื้อและลูกค้าคือใคร ผู้ซื้อต้องการอะไร
2. cost to customer ลูกค้ายินดีจ่ายในราคาเท่าไร แล้วต้องผลิตให้ได้ต้นทุนต่ำกว่าที่ลูกค้ายินดีจ่ายเพื่อจะได้มีกำไร หรือราคาที่ลูกค้ายอมจ่ายจะเป็นตัวกำหนดต้นทุนการผลิต
3. convenience ลูกค้าสามารถซื้อได้สะดวกทุกที่ทุกเวลา มีหน้าที่บริการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า มีผลิตภัณฑ์ตรงกับกาลเทศะและจังหวะเวลาที่ลูกค้าต้องการ
4. communication การสื่อสารกับลูกค้า และการติดต่อจากลูกค้ามาหาต้องถูกต้อง ตรงประเด็น ไม่เข้าใจไปคนละทาง หรือพูดกันไม่รู้เรื่อง การตลาดแบบนี้เน้นว่าต้องสนองความต้องการของลูกค้า

ส่วนผสมตลาดการท่องเที่ยว (the tourism marketing mix)

ส่วนผสมของตลาดด้านการท่องเที่ยว มีแนวความคิดพื้นฐานมาจากส่วนผสมของตลาดทั่วไป แต่เพื่อให้เห็นตัวอย่างเด่นชัดจึงขยายองค์ประกอบของส่วนประกอบของส่วนผสมการตลาดท่องเที่ยวออกได้ 10 ประการ (เดชา, 2543) ได้แก่

1. เวลา (timing) การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับเวลา ในช่วงวันหยุด หรือฤดูกาลท่องเที่ยวย่อมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเดินทางในฤดูที่มีอากาศดี ธรรมชาติสวยงาม สามารถจัดกิจกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่าง ๆ ได้ประชาชนจะเดินทางมากขึ้น เช่น ในฤดูร้อนนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปพักผ่อน ชายทะเล ในฤดูหนาวหรือขณะที่มีหิมะก็เดินทางท่องเที่ยวไปยังภูเขาเพื่อการนันทนาการ เป็นต้น

2. ยี่ห้อ (brand) ผู้บริโภคจะจดจำผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับชื่อ เครื่องหมายการค้า ฉลาก และ ส่วนประกอบอื่น ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยี่ห้อนั้น ๆ ความสำคัญดังกล่าวจะทำให้ผู้บริโภคระลึกถึง ข้อมูลต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ในด้านการท่องเที่ยวการสร้างชื่อ เครื่องหมายการค้า สัญลักษณ์ และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือการบริการก็ทำให้ผู้บริโภคระลึกและประทับใจในผลิตภัณฑ์หรือ บริการเท่าได้ เช่น การจดจำชื่อสัญลักษณ์และบริการของ โรงแรม การจดจำสถานที่ท่องเที่ยวที่เคย ไปว่ามีลักษณะทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เป็นเอกลักษณ์เฉพาะอย่างไรบ้าง เป็นต้น

3. บรรจุภัณฑ์ (packing) ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวไม่ต้องการบรรจุภัณฑ์ในลักษณะเป็น รูปร่างเหมือนสินค้าทั่วไป แต่บรรจุภัณฑ์หรือชุดของการท่องเที่ยวก็มีความสำคัญในการวางแผน ผสมผสานสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ในชุดของการท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดการเกี่ยวกับการขนส่ง ที่พัก การอำนวยความสะดวกอื่น ๆ การนันทนาการ การเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว ชุดของการ ท่องเที่ยวดังกล่าวต้องผสมผสานให้กลมกลืนกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น เรื่องที่พักใน การเดินทางนักท่องเที่ยวควรได้ที่พักต่าง ๆ กัน ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรม ที่พักในเมืองเหมาะ แก่การซื้อสินค้าติดต่อยุทธกิจ และที่พักชายทะเลเหมาะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

4. ราคา (price) การตั้งราคามีผลต่อยอดขายและความประทับใจในสินค้า หรือ การบริการ การลดราคาทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการมากขึ้น แต่ทำให้การบริการ และคุณภาพ ของสินค้าลดลงและขาดความประทับใจหลังบริการ การตั้งราคาสูงเกินไปทำให้ยอดขายน้อยลง อย่างไรก็ตาม ราคาย่อมขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าและมาตรฐานในการบริการ ณ จุดบริการ เมื่อ ผู้บริโภคสัมผัสบริการแล้วเกิดความประทับใจตลอดวงจรบริการผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ และยินดีจ่ายเงินเพื่อราคาที่แพงขึ้น

5. ช่องทางการจัดจำหน่าย (channels of distribution) การนำผลผลิตออกสู่ผู้บริโภค อาจ กระทำได้โดยการขายโดยตรง ขายผ่านตัวแทน ขายส่ง ขายปลีก หรือใช้วิธีการหลายอย่าง ผสมผสานกันในการจัดจำหน่าย

6. ผลิตภัณฑ์ (product) ผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงเฉพาะรูปร่าง หรือลักษณะของผลผลิตที่ เสนอต่อผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ยังหมายถึงลักษณะพื้นฐานของการออกแบบ เช่น ขนาดและความ สะดวกสบายของ โรงแรม การบริการ บรรยากาศ สิ่งแวดล้อมในสถานบริการ น้ำใจหรือความ โอบอ้อมอารีของพนักงาน

ผลิตภัณฑ์อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ สินค้าที่มีตัวตน (tangible product) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ซึ่งมีลักษณะทางกายภาพ สามารถจับต้องและมองเห็นได้ เป็นรูปร่างลักษณะที่แน่นอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อีกประเภทหนึ่ง คือ สินค้าที่ไม่มีตัวตน (intangible production) ซึ่งหมายถึงงานบริการ (service) สำหรับในด้านการขายแล้วไม่สามารถแยกลักษณะ 2 ประการออกจากกันได้ เพราะการขายสินค้ามีตัวตนต้องอาศัยการบริการที่ดี และการบริการที่ดีต้องอาศัยผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าประกอบด้วยแต่ส่วนประกอบมาน้อยแตกต่างกันออกไป

7. ภาพลักษณ์ (image) การรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของลูกค้าเกิดจากองค์ประกอบที่สำคัญ คือ คุณภาพและชื่อเสียงที่ดีของสิ่งเหล่านี้จะเกิดความประทับใจแก่ลูกค้า ภาพลักษณ์ที่ดีต่อผลิตภัณฑ์หรือการบริการ อาจเกิดขึ้นตั้งแต่ก่อนรับบริการหรือใช้ผลิตภัณฑ์เพราะมีการกล่าวถึงในสิ่งที่ดีงามในลักษณะต่าง ๆ กัน เช่น โรงแรมมีการบริการของพนักงานที่ดีเยี่ยม สุภาพ เรียบร้อย ถูกต้อง รวดเร็ว ให้เกียรติลูกค้า ห้องอาหารในโรงแรมอาหารก็อร่อยและมีบรรยากาศดี ในขณะที่รับบริการก็เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวัง ตลอดจนจริงของการบริการด้วยความประทับใจ เมื่อเป็นเช่นนี้ ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้เกิดการรับรู้ในทางที่ดี ตกย้ำอย่างสม่ำเสมอก็ทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรขยายตัวในทางที่ดีออกไปในวงกว้างยิ่งขึ้น

8. การโฆษณา (advertising) การโฆษณาเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของส่วนผสมการตลาด (promotion mix) ซึ่งประกอบด้วย การโฆษณา การส่งเสริมการขาย (sales promotion) การประชาสัมพันธ์ (public relation) และการขายโดยบุคคล (personal selling) ส่วนประกอบทั้ง 4 ประการนี้ คือ เครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด (promotion tool)

จากความหมายดังกล่าวแล้ว การโฆษณาต้องกระทำโดยผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ภาพยนตร์ แผ่นพับ (brochure) แผ่นปลิว (leaflet) ฯลฯ การจัดทำโฆษณาเหล่านี้ต้องเสียค่าเช่าในการโฆษณาเพื่อนำเสนอข่าวสาร ซึ่งแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายดังกล่าว

9. การขาย (selling) แนวคิดการเสนอขายผลิตภัณฑ์หรือบริการ แบ่งออกเป็น 2 แนวคิด คือ ประการแรก แนวคิดดั้งเดิมมีวัตถุประสงค์ในการขายเพื่อสร้างปริมาณยอดขายและผลกำไรของธุรกิจ และประการที่สอง แนวความคิดใหม่มีวัตถุประสงค์ในการขายคือการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจยอดขายหรือการรับบริการก็เพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดกำไรเพิ่มขึ้นตามมาภายหลัง

10. การประชาสัมพันธ์ (public relation) การวางแผนการตลาดจะประสบความสำเร็จล้มเหลวถ้าปราศจากการประชาสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้มาเยือน อันประกอบด้วยนักทัศนจร และนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์เป็นการติดต่อสื่อสารที่จะมีอิทธิพลต่อการสร้างเจตคติที่ดีต่อองค์กรและกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมทั้งในภาครัฐบาลและเอกชน การประชาสัมพันธ์ที่ดีจะเป็นตัวเร่งรื้อให้เกิดการบริโภค การผลิตผลิตภัณฑ์ และแนะนำสินค้าให้บุคคลที่อยู่ห่างไกลจากจุดขายของสินค้าและบริการให้ทราบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการตัดสินใจในการประชาสัมพันธ์ว่าการประชาสัมพันธ์ (public relation) เป็นเครื่องมือการติดต่อสื่อสารทางการตลาดอย่างหนึ่ง เป็นการกระตุ้นการเสนอสินค้าหรือบริการด้วยการสร้างข่าวเกี่ยวกับความสำคัญทางการค้า ผ่านสื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ โดยบริษัทเจ้าของผลิตภัณฑ์ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใด ๆ การประชาสัมพันธ์นอกจากใช้ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ยี่ห้อต่าง ๆ แล้วยังใช้ส่งเสริมหน่วยธุรกิจ บุคคล สถานที่ ความคิด องค์กรและรัฐบาล การประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ ดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ และคณะ, 2539)

1. สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรกับประชาชนทั่วไป
 2. เผยแพร่ผลิตภัณฑ์เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และสถาบันต่าง ๆ
 3. การติดต่อสื่อสารจะรวมการติดต่อสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท
 4. คุ้มครองประชาชนเป็นความพยายามที่จะต่อต้านสิ่งผิดกฎหมายและส่งเสริมการกินดีอยู่ดีของประชาชน
 5. การแนะนำเป็นการจัดหาคำแนะนำทั่ว ๆ ไปแก่บริษัทถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม สิ่งที่บริษัทควรทำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือการปรับปรุงการติดต่อสื่อสาร
- โปรแกรมประชาสัมพันธ์ทางการตลาดมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดลูกค้า (ตลาด) เป้าหมาย (determining target customer) เป็นการกำหนดลักษณะกลุ่มเป้าหมายที่จะให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ กล่าวว่า การแบ่งส่วนแบ่งทางการตลาด คือ การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะความต้องการ ความสนใจ และตามลักษณะที่คล้ายคลึงกันของนักท่องเที่ยวออกเป็นตลาดย่อย เพื่อกำหนดเป็นตลาดเป้าหมายแล้ววางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และใช้วิธีการหรือกิจกรรมทางการตลาดที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจและเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ในการแบ่งส่วนทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตั้งอยู่บนสมมติฐานสำคัญ 4 ประการดังต่อไปนี้ (ฉลองศรี, 2542) คือ

1. ตลาดของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยเฉพาะเกี่ยวกับการพักผ่อนหย่อนใจสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มคนที่มีความชอบคล้ายคลึงกันได้
2. นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดียวกันมีลักษณะบางอย่างที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน
3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งประเภทใดย่อมจะเหมาะสมที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่จะเป็นที่พอใจของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ธุรกิจหรือนักท่องเที่ยวสามารถพัฒนา หรือเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวบางประเภท เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยเฉพาะ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อไปชมน้ำตก ภูเขา ทิวทัศน์ จะเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวประเภทที่ชอบการผจญภัย และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น

การแบ่งส่วนตลาดในอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว สามารถใช้เกณฑ์หลายเกณฑ์ในการแบ่ง ซึ่งแต่ละเกณฑ์สามารถบ่งบอกคุณลักษณะบางประการของนักท่องเที่ยวได้ โดยทั่วไปเกณฑ์หรือแนวความคิดที่นำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาดมีดังต่อไปนี้ (วินิจ, 2532)

1. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะภูมิศาสตร์ (geographic segmentation) คือการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามถิ่นที่อยู่หรือที่พำนัก โดยจำแนกนักท่องเที่ยวตามที่มาคือ ประเทศ ภูมิภาค รัฐ จังหวัด หรือเมือง

2. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะเศรษฐกิจ สังคมและประชากรศาสตร์ (socioeconomic and demographic segmentation) เป็นการแบ่งส่วนตลาดตามอายุ เพศ รายได้ สถานะภาพสมรส ขนาดครอบครัว อาชีพ การศึกษา เชื้อชาติ ระดับชั้นทางสังคม โดยเฉพาะข้อมูลด้านอายุ การศึกษา รายได้ มักเป็นดัชนีชี้วัดความโน้มเอียงในการเดินทางท่องเที่ยวของบุคคล

3. การแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะจิตวิทยา (psychographic segmentation) คือการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามลักษณะที่แตกต่างกันทางจิตวิทยา ได้แก่ ความสนใจ ทัศนคติ ค่านิยม ความชอบ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละกลุ่ม แรงจูงใจ บุคลิกภาพ แบบแผนการดำรงชีวิต และระดับชั้นทางสังคม ซึ่งลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้จะบ่งบอกให้ทราบถึงความชอบ ความต้องการและทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งสามารถจำแนกนักท่องเที่ยวในแง่จิตวิทยาทางการท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประเภทคือ

3.1 นักท่องเที่ยวแบบมิดเซนตริก (midcentric) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่สุดและมักเดินทางมากที่สุด นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

3.2 นักท่องเที่ยวแบบอลโลเซนตริก (allocentric) คือผู้ที่ต้องการอิสระและประสบการณ์แปลกใหม่ ชอบผจญภัยและมักเดินทางแบบเสาะหาเอง ชอบเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และยังไม่มีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมพื้นถิ่น และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมสูง

3.3 นักท่องเที่ยวแบบไซโคเซนตริก (psychocentric) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการให้แหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายเหมือนบ้านของตนเอง เพราะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการความรู้สึกเหมือนอยู่ที่บ้าน มักเดินทางแบบแพคเกจทัวร์ที่ทุกอย่างถูกจัดเตรียมไว้แล้ว ไม่นิยมมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมาก และนิยมเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเองคุ้นเคย

4. การแบ่งส่วนตลาดตามพฤติกรรมกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ คือการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกตามลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น

4.1 โอกาสในการซื้อ (purchase occasion) โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของการเดินทางของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางต่างกัน โอกาสในการซื้อแตกต่างกัน การสำรวจวัตถุประสงค์ของการเดินทางจะทำให้ทราบถึงโอกาสในการซื้อมากขึ้น เช่น การจัดบริการด้านเลขานุการสำหรับนักท่องเที่ยวธุรกิจ การจัดบริการเพื่อการพักผ่อนและเล่นกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อน เป็นต้น

4.2 การแสวงหาผลประโยชน์ (benefit source) จากการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากรูปแบบการบริโภคสินค้าของนักท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเรือสำราญต้องการความสะดวกสบายและการพักผ่อนอย่างเต็มที่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวแบบรางวัลต้องการการท่องเที่ยวที่ผลิตเพื่อตอบสนองการทำงานหนัก เป็นต้น

4.3 การแบ่งส่วนตลาดตามระดับราคาของการบริการ เป็นการแบ่งตลาดตามระดับราคาของการบริโภคซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

4.3.1 ระดับหรูหรา (deluxe tourism) นักท่องเที่ยวจะบริโภคสินค้าและบริการที่มีลักษณะหรูหรา ต้องการการเอาใจใส่อย่างมาก มีอำนาจซื้อสูง ผู้ประกอบธุรกิจสามารถทำกำไรได้มาก

4.3.2 ระดับปานกลาง (middle class tourism) นักท่องเที่ยวจะบริโภคสินค้าและบริการในลักษณะปานกลางแต่ต้องตอบสนองความต้องการครบถ้วน ต้องการบริการที่เหมาะสม ผู้ประกอบธุรกิจทำกำไรได้ค่อนข้างมาก

4.3.3 ระดับมวลชน (mass tourism) นักท่องเที่ยวบริโภคสินค้าและบริการแบบเรียบง่ายราคาถูก ไม่ต้องการการเอาใจใส่มาก แต่ผู้ประกอบธุรกิจจะทำกำไรได้น้อย

การแบ่งส่วนตลาดตามวิธีการต่าง ๆ เหล่านี้มีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน ฉะนั้นฝ่ายบริหารในธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องใช้ดุลยพินิจในการแบ่งให้เหมาะสม โดยอาจใช้เกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่งหรือหลายเกณฑ์รวมกันก็ได้ แต่ข้อควรระวัง คือ หากการแบ่งส่วนตลาดมีความชัดเจนมากอาจทำให้สัดส่วนของกลุ่มเป้าหมายมีน้อยลงและไม่คุ้มกับการลงทุน นอกจากนี้ เมื่อตัดสินใจแน่นอนเกี่ยวกับส่วนแบ่งตลาดแล้วปัจจัยที่จะต้องพิจารณาต่อไป คือโอกาสในการขายซึ่งหมายถึงช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สภาพการแข่งขัน ต้นทุนและการบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. การกำหนดวัตถุประสงค์ในการให้ข่าวประชาสัมพันธ์ (public and public relation objective) มีวัตถุประสงค์ดังนี้

2.1 สร้างการรู้จัก หรือให้รู้จักสินค้า บริการ บุคลากรหรือองค์กร

2.2 สร้างความเชื่อถือ เครื่องมือการประชาสัมพันธ์จะสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ได้ดีกว่าเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดอื่น ๆ

2.3 การกระตุ้นพนักงานขายและคนกลาง โดยใช้เครื่องมือการประชาสัมพันธ์กับพนักงานขายและคนกลาง

2.4 ลดต้นทุนในการส่งเสริม ต้นทุนการประชาสัมพันธ์มีแนวโน้มต่ำกว่าการโฆษณาและพนักงานขาย

3. กำหนดงบประมาณในการให้ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ตามประการที่หนึ่ง วัตถุประสงค์ทางการตลาด และงานในการให้ข่าว และการประชาสัมพันธ์ ประการที่สอง การกำหนดตามเปอร์เซ็นต์ของยอดขาย ประการที่สาม การกำหนดตามความสามารถที่จะขายได้ และประการที่สี่ กำหนดวิธีโดยเปรียบเทียบจากคู่แข่ง

4. การเลือกข่าวสาร และเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ (publicity and public relation message and vehicle) ข่าวสารที่ใช้ขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายที่บริษัทต้องการประชาสัมพันธ์ด้วย ส่วนเครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การจัดงานฉลองครบรอบเหตุการณ์ต่าง ๆ การจัดนิทรรศการ การจัดงานปาร์ตี้ เดินแฟชั่นโชว์ ทัวร์ และให้ทุนการศึกษา

5. การปฏิบัติตามแผนการให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด (implement the publicity and marketing public relation plan) ในขั้นตอนนี้จะปฏิบัติงานตามข้อ 2 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในข้อ 1

6. การประเมินผลการให้ข่าวสาร และการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด (evaluating the publicity and marketing public relation plan) เป็นการติดตามผลการใช้เครื่องมือการประชาสัมพันธ์โดยใช้เครื่องมือดังต่อไปนี้

6.1 จำนวนผู้ได้รับ ได้เห็น หรือรู้จักเครื่องมือการประชาสัมพันธ์นั้น ๆ

6.2 การเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติของประชาชนที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริษัท

6.3 ผลกระทบด้านยอดขาย และกำไรของผลิตภัณฑ์หรือบริษัท

ภราเดช พยัฆวิเชียร ยังได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่า การดำเนินงานด้านการตลาดควรต้องดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้ คือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเสนอขายการผลิตวัสดุอุปกรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การโฆษณา การส่งเสริมการประชุม และกิจกรรมระหว่างประเทศ และการวิจัยด้านการตลาด (ภราเดช, 2542)

กล่าวโดยสรุปคือ การที่จะทำให้สินค้าเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ได้รับผลกำไร ผู้จัดการจำเป็นต้องเล็งเห็นความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด โดยต้องกำหนดตลาดเป้าหมายทางการส่งเสริมการตลาด ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ แนวโน้มการเติบโตในแง่จำนวนและรายได้ ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกด้านการคมนาคม ติดต่อสื่อสาร รวมถึงปัจจัยภายในประเทศที่พร้อมรองรับ เช่น แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และพิธีการเข้าเมือง เป็นต้น และปัจจัยสุดท้ายคือ นโยบายเฉพาะ เช่น การให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อม และการแก้ไขภาพลักษณ์ของประเทศ เป็นต้น นักการตลาดจึงต้องให้ความสำคัญเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคให้เกิดความจงรักภักดีต่อตราสัญลักษณ์ของธุรกิจ

ส่วนผสมการตลาดของโรงแรม

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ กล่าวว่า ส่วนผสมสินค้าและบริการท่องเที่ยว (tourism product and service mix) หมายถึง ส่วนผสมการตลาดที่เป็นของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด ส่วนผสมนี้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถควบคุม ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงได้ เพื่อสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของตลาด ส่วนผสมการตลาดโรงแรม ประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ (product mix) ทุกอย่างที่โรงแรมสร้าง และจัดหาเพื่อบริการลูกค้า ได้แก่

1.1 สถานที่ตั้ง การก่อสร้าง การออกแบบ ขนาดของอาคาร และบ้านพัก จำนวนห้องพัก การออกแบบตกแต่งห้องพัก ห้องอาหาร บาร์ ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม สระว่ายน้ำ ศูนย์ธุรกิจ และส่วนต่าง ๆ ของโรงแรม การให้แสงสี สิ่งอำนวยความสะดวก ตลอดจนการบำรุงรักษา

1.2 องค์ประกอบของการบริการ ประเภท รูปแบบ จำนวน ความรู้ความสามารถทัศนคติ และเครื่องแบบของพนักงาน ความปลอดภัย

1.3 ชื่อ ตรา และตำแหน่งทางการตลาดของโรงแรม

1.4 ภาพลักษณ์ และชื่อเสียง

1.5 การบริการเสริมอื่น ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ราคา มีทั้งราคาปกติ ราคาลดพิเศษเฉพาะกลุ่มลูกค้า และราคาสำหรับการส่งเสริมการขายแต่ละส่วนของผลิตภัณฑ์ เช่น การจัดเลี้ยง การจัดประชุม เป็นต้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยผ่านระบบการสำรองห้องพัก การขายโดยผ่านโรงแรมในเครือบริษัทตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยว สายการบิน และอื่น ๆ

4. การส่งเสริมการตลาด โดยใช้ส่วนผสมการตลาด 4 ประเภท คือ การโฆษณา (advertising) การประชาสัมพันธ์ (public relations) การส่งเสริมการขาย (sales promotion) และการขายโดยบุคคล (personal selling)

การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบโฮมสเตย์ ส่วนผสมทางการตลาดมีส่วนสำคัญยิ่งในการจัดการ อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา และการส่งเสริมการขาย เป็นกระบวนการสำคัญอันจะนำมาซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จัก สร้างความดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว ที่สำคัญการจัดการด้านการตลาดที่ดีจะสร้างรายได้ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนในท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นรายได้ที่ต่อเนื่อง และมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะนำมาซึ่งความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว (ฉลองศรี, 2542)

ตลาดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์

ตลาดนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ถือเป็นกลุ่มหนึ่งของตลาดการท่องเที่ยวในชนบท ในปัจจุบันถือเป็นส่วนแบ่งตลาดที่สำคัญมาก โดยนักท่องเที่ยวโฮมสเตย์ถือเป็นส่วนหนึ่งของนักท่องเที่ยวระดับกลาง (middle ground) ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวแบบมวลชน (mass tourist) ซึ่งส่วนใหญ่สนใจแต่เฉพาะทะเล แสงแดด และหาดทราย โดยที่นักท่องเที่ยวระดับกลางนี้จะมีลักษณะเฉพาะคือนักท่องเที่ยวอิสระ มีความต้องการและความสนใจที่หลากหลาย มีกำลังซื้อสูง เป็นนักศึกษา นักเรียนรู้ และหาประสบการณ์ โดยจะท่องเที่ยวไปเรื่อย ๆ ไม่ยึดติดกับแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ทั้งนี้ แรงจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์ ก็คือนักท่องเที่ยวได้รู้สึกใกล้ชิดและได้สัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงาม นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะได้พบปะชุมชนท้องถิ่นและแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการโฮมสเตย์มีราคาถูกกว่าการพักในโรงแรม (กราเดช, 2542)

การวางแผนการตลาด

การวางแผนการตลาด หมายถึง การบริหารทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (marketing mix) ซึ่งได้แก่ การจัดการผลิตภัณฑ์ (product) การตีราคา (price) การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ (place) และการส่งเสริมทางการตลาด (promotion) ทำให้การซื้อขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วต่อเนื่อง ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยมีลักษณะการบริหารเป็นกระบวนการวางแผนทางการตลาด รายละเอียดตามแผนภาพที่ 5 (วินิจ, 2532)



ภาพที่ 6 กระบวนการวางแผนทางการตลาด

ที่มา: (วินิจ, 2532)

จากแผนภูมิดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดผู้กำหนดจะต้อง
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับว่าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
พิจารณาปัจจัยสำคัญ 5 ประการ คือ การวิจัยผลิตภัณฑ์ การวิจัยตลาด การวิจัยผู้แข่งขัน การกำหนด
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์และสภาพแวดล้อมภายนอก เพื่อนำไปกำหนดเลือกกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด จากนั้นจึงกำหนดกลยุทธ์โดยใช้ส่วนประสมทางการตลาดดังนี้

1. การกำหนดกลยุทธ์ทางผลิตภัณฑ์ (production) โดยจะต้องทราบว่าอะไรคือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ มีความพร้อมมากน้อยเพียงใด เพื่อผลิตและพัฒนาสินค้าบริการการท่องเที่ยวตามความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

2. การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านราคา (price) เพื่อให้ราคาของสินค้าและบริการเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย มีราคาสำหรับผู้บริโภคยอมรับได้ และยินดีจ่ายเพราะมองเห็นว่าคุ้มค่า

3. การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านการจัดจำหน่าย (place) เป็นกลยุทธ์ที่ต้องการกระจาย สินค้าและบริการไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

4. การกำหนดกลยุทธ์ทางด้านส่งเสริมทางการตลาด (promotion) เป็นกลยุทธ์ในการสื่อสารสร้างความรู้จัก เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการและซื้อสินค้า โดยเป็นความพยายามในการจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้า หรือทำให้ลูกค้าทราบถึงสินค้าที่มีอยู่ การส่งเสริมการตลาดที่สำคัญประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรง และใช้ส่วนผสมการสื่อสารทางการตลาด เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น

แนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และภายนอกเป็นการวิเคราะห์ขีดสมรรถภาพขององค์กร เพื่อพิจารณาข้อได้เปรียบหรือจุดแข็งที่ควรเสริมสร้าง หรือนำมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ และจุดอ่อนหรือทำการปรับปรุงแก้ไข วิเคราะห์สภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ เพื่อประเมินว่าเป็นโอกาสที่ควรฉกฉวยใช้ประโยชน์ หรืออุปสรรคที่ควรหลีกเลี่ยง (ทศพร, 2540)

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

เป็นการวิเคราะห์เพื่อประเมินโอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) โดยพิจารณาจาก

1. การตรวจสอบสภาพแวดล้อมภายนอก

1.1 จุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์ ฝ่ายบริหารต้องทำการวิเคราะห์เพื่อประเมิน

โอกาส (opportunities) และข้อจำกัด (threats) จากสภาพแวดล้อม การตรวจสอบสภาพแวดล้อมคือ เอกสารเป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การติดตาม ประเมิน และแจกแจงข้อมูลข่าวสารจากสภาพแวดล้อมของบุคคลภายนอกให้แก่บุคลากรภายในกิจการ การตรวจสอบนี้เป็นเครื่องมือทางการบริหารที่จะทำให้การกำหนดทิศทางได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

1.2 ขอบเขตของการวิเคราะห์

1.2.1 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปในสังคม (general or societal environment)

1.2.2 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของตัวงาน (task environment) ที่มีผลในด้านการแข่งขัน (competitive context) หรือการร่วมมือ (corporative or collaborative context)

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (general environment)

หลักที่นิยมใช้กันทั่วไป เรียกว่า PEST analysis คือ

2.1 การเมือง (political) เป็นการวิเคราะห์นโยบายและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของภาครัฐบาลที่นำจะมีผลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบของการดำเนินกิจการ เช่น นโยบายการเงิน นโยบายการนำเข้า ส่งออก การส่งเสริมการลงทุน การส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในประเทศ เป็นต้น

2.2 เศรษฐกิจ (economic) เป็นการวิเคราะห์เศรษฐกิจระดับมหภาค เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย ผลกระทบต่อมวลรวมประชาชาติ เป็นต้น

2.3 สังคมและวัฒนธรรม (sociocultural) เป็นการวิเคราะห์สภาวะทางสังคมและวัฒนธรรม เช่น ระดับการศึกษา ค่านิยม ความเชื่อ ภาษา วิถีชีวิต เครือญาติ อายุ เพศ อาชีพ แนวโน้มประชากร รวมทั้งโครงสร้างทางสังคมอื่น ๆ เป็นต้น

2.4 เทคโนโลยี (technological) เป็นการวิเคราะห์สภาพการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ที่จะมีผลต่อการผลิตสินค้าและบริการ ลักษณะของเครื่องมือ เครื่องจักรกล และความรู้วิชาการแขนงต่าง ๆ การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกิจการ ความก้าวหน้าด้านงานวิจัยพัฒนาสาขาที่เกี่ยวข้อง การเสริมสร้างประสิทธิภาพด้านการผลิต

3. สภาพแวดล้อมของงาน (task environment) เป็นการวิเคราะห์ทำความเข้าใจกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ทั้งหลายอย่างละเอียด กลุ่มที่จะละเลยไม่ได้เลยคือ กลุ่มลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้ผลิตหรือผู้จัดหาสินค้า ธนาคารหรือสถาบันการเงิน ผู้ถือหุ้น หน่วยงานของรัฐที่จะต้องติดต่อเสมอโดยเฉพาะหน่วยงานที่ควบคุมด้านมาตรฐานต่าง ๆ ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์สภาพการแข่งขันและความร่วมมือ

3.2 การกำหนดกลุ่มกลยุทธ์ คือกลุ่มที่สามารถสร้างความร่วมมือหรือเป็นพันธมิตรร่วมกันได้น่าจะเป็นลูกค้า หรือซัพพลายเออร์ (supplier)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. พิจารณาวิวัฒนาการของวงจรธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจทั้งหลายมีวิวัฒนาการตามลำดับจากจุดเริ่มต้นไปสู่ความเจริญเติบโตแล้วสามารถดำรงอยู่ได้ด้วยความเข้มแข็งแล้ว ในที่สุดก็เริ่มถดถอยลงไปตามวงจรของธุรกิจซึ่งทำให้การแข่งขันมีความแตกต่างกัน

5. การสรุปและสังเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โอกาส และอุปสรรค

5.1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพแวดล้อมทั่วไปกับสภาพแวดล้อมของงาน

5.2 การสังเคราะห์ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ของสภาพแวดล้อมภายนอก

6. การจำลองสถานการณ์ (scenario planning) เครื่องมือทางการบริหารในการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีความสลับซับซ้อนคือ การจำลองสถานการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อการกำหนดกลยุทธ์ ให้ความสำคัญกับข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์ที่ถ่วงถ่วงแล้วให้มีความเหมาะสมเพื่อใช้เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

เป็นการวิเคราะห์เพื่อประเมินจุดอ่อน (weaknesses) จุดแข็ง (strengths) โดยพิจารณาจาก

1.1 ปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ หมายถึงความโดดเด่นของกิจการที่สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างถูกต้อง สร้างชัยชนะให้เกิดขึ้นในการแข่งขัน โดยพิจารณาจากคุณลักษณะของกิจการหรือปัจจัยหลักในการดำเนินธุรกิจ ตำแหน่งหรือสถานะในการแข่งขันถ้าเปรียบเทียบกับกิจการอื่นในธุรกิจประเภทเดียวกัน สภาพแวดล้อมทั่วไป และการพัฒนาองค์กร

1.2 ความเชื่อมโยงของคุณค่า หรือค่านิยม รวมสามประการ ดังนี้

1.2.1 ค่านิยมที่มีต่อความแตกต่าง และความหลากหลายของสินค้าและบริการ

1.2.2 ค่านิยมด้านราคา หรือต้นทุน ซึ่งลูกค้าต้องการสินค้าที่มีราคาถูกในเชิงเปรียบเทียบเพื่อให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่ำกว่า

1.2.3 ค่านิยมด้านการบริการ หรือความรวดเร็วในการตอบสนองที่ลูกค้าต้องการบริการที่รวดเร็วกว่าเสมอ

1.3 กระบวนการหลัก และระบบการดำเนินงานของธุรกิจ

กระบวนการหลัก หมายถึง การเชื่อมโยงกิจกรรมของหน่วยงานในสายงานหลัก ในการพัฒนาการผลิต การตลาด การขายสินค้า และการบริการ โดยอาศัยการหนุนช่วยของผู้จัดหา

วัตถุดิบ

เอกสารเป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบ หมายถึง การเชื่อมโยงกิจกรรมของสายงานอำนาจการ ทำหน้าที่ในการสนับสนุนในการจัดซื้อ จัดหา จัดจ้าง จัดการทรัพยากรมนุษย์ และควบคุมการดำเนินงาน

การพิจารณาเพื่อประเมินจุดแข็งจุดอ่อน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายใน 4 ประการ ดังนี้

1. ด้านการเงิน (financial) พิจารณาจากประเด็น คือ

- 1.1 การวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ
- 1.2 การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร
- 1.3 การวิเคราะห์ความเติบโตของกิจการ

2. ด้านลูกค้า

- 2.1 การจำแนกความแตกต่าง ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์
- 2.2 การเป็นผู้นำด้านต้นทุน
- 2.3 ความฉับไวในการบริหาร

3. ด้านการปฏิบัติการ

- 3.1 การพัฒนาการผลิต
- 3.2 การจัดการด้านความต้องการ
- 3.3 การสร้างความพึงพอใจในการตอบสนองการสั่งซื้อ

4. ด้านองค์กร เป็นการวิเคราะห์สมรรถนะขององค์กรในการปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อม บุคลากรมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คำนึงถึงบทบาทผู้นำ องค์กรแห่งการเรียนรู้ และความสามารถในการเปลี่ยนแปลง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อหรือการเดินทางท่องเที่ยวว่าเกิดจากปัจจัยดังต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539)

1. ปัจจัยภายใน ได้แก่

1.1 ทริพพาครท่องเที่ยว ที่มีความสวยงาม น่าสนใจ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมได้

1.2 ความปลอดภัย โดยในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สิน เป็นประการสำคัญ

1.3 โครงสร้างพื้นฐาน หมายถึงสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก ที่รองรับการท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น ซึ่งโดยปกติสิ่งอำนวยความสะดวกประเภทนี้รัฐเป็นผู้สร้าง

1.4 สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดสร้าง หรือจัดหาไว้บริการนักท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร บริการนำเที่ยว เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์หรือการเชิงานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 สินค้าของที่ระลึก ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมได้

1.6 การโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวได้รับความสนใจหรือเป็นที่นิยมมากกว่าแห่งอื่น

1.7 ภาพลักษณ์ของประเทศ เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา

2. ปัจจัยภายนอก ได้แก่

2.1 สภาวะเศรษฐกิจ การเมือง ของโลก มีผลต่อการเดินทาง เช่น ถ้าเศรษฐกิจดี คนก็จะเดินทางท่องเที่ยวกันมากขึ้น เป็นต้น

2.2 การขยายเส้นทางคมนาคม มีผลต่อความสะดวกในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2.3 นโยบายทางการเมือง หรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ มีผลต่อความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ในบางประเทศการขอเข้าประเทศง่าย ก็จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้าไปมากขึ้น เป็นต้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้ทำการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวในรูปแบบของโฮมสเตย์ โดยทำการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโดยใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT analysis ซึ่งได้ข้อสรุปดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543)

1. จุดแข็ง ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบ และเป็นข้อดีของการท่องเที่ยวประเภทนี้คือ

1.1 มีลักษณะการจัดที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นวัฒนธรรมเฉพาะถิ่น โดยเฉพาะบ้านไทยในแต่ละภาค ซึ่งมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมที่มีวิวัฒนาการมาเป็นระยะเวลายาวนาน แสดงถึงการปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.2 วัฒนธรรมของครัวเรือน และการอยู่อาศัยในชนบทไทย ส่วนใหญ่ยังมีความต่อเนื่องไม่เปลี่ยนแปลงรูปแบบมากเหมือนครัวเรือนในเมือง

1.3 ความเป็นมิตรของคนในชนบท และการยอมรับคนต่างถิ่นมีอยู่สูง ซึ่งเป็นจุดดึงดูดใจและสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยว

1.4 ในชนบทมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขนาดเล็ก หรือฤดูกาลจำกัดในการท่องเที่ยว ซึ่งอาจไม่เหมาะสมสำหรับการพัฒนารูปแบบที่พักทั่วไป แต่เหมาะสมสำหรับที่พักในรูปแบบของโฮมสเตย์

2. จุดอ่อน เป็นข้อเสียเปรียบ และควรที่จะมีการปรับปรุงแก้ไข มีดังนี้

2.1 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภาษาและวัฒนธรรมต่างชาติ ซึ่งอาจทำให้ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ในระยะสั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ความพร้อมของบริการพื้นฐาน โดยเฉพาะกับที่เกี่ยวข้องกับบริการพื้นฐาน เช่น น้ำที่สะอาด และด้านสุขาภิบาล เป็นต้น

2.3 การเดินทางเข้าถึงตลาดในชนบทมีโครงข่ายเชื่อมโยงด้านสื่อสารข้อมูลน้อย

2.4 ความมุ่งหวังทางเศรษฐกิจมากเกินไป เนื่องมาจากปัญหาในการประกอบอาชีพและรายได้ อาจทำให้เกิดปัญหาผลกระทบ และการเปลี่ยนแปลงเป็นการท่องเที่ยวในทิศทางที่ไม่ต้องการ

2.5 ไม่มีกฎหมายรับรองหรือมาตรการรองรับของรัฐบาลต่อการสร้างที่พักแบบโฮมสเตย์

3. โอกาส หมายถึง ทิศทางในการพัฒนาโฮมสเตย์ในอนาคตอาจเกิดขึ้นได้เนื่องจาก

3.1 รัฐบาลมีนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ขยายตัวออกไปอย่างกว้างขวาง

3.2 ความอึดตัวของแหล่งท่องเที่ยวเฉพาะจุดเฉพาะเมือง

3.3 ตลาดการท่องเที่ยวโลกทางด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (ecotourism) มีการขยายตัวมากขึ้น ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และสอดคล้องกับการพัฒนาโฮมสเตย์

4. อุปสรรคสำหรับการพัฒนาโฮมสเตย์ มีดังนี้

4.1 การจัดที่อยู่อาศัยรวมกันเป็นครอบครัวขยายและการใช้พื้นที่ใช้สอยร่วมกัน เต็มพื้นที่แบบรวมกันของสังคมไทยซึ่งต่างจากวัฒนธรรมตะวันตก ทำให้ไม่เหมาะสมหรือมีที่ว่างเพียงพอสำหรับการรองรับผู้เข้ามาพักเพิ่มซึ่งเป็นคนแปลกหน้า

4.2 ตลาดและราคาที่ที่พักประเภทโรงแรม รวมทั้งที่พักประเภทอื่น ๆ ของประเทศ มีอยู่จำนวนมากมีส่วนแข่งขันมีราคาถูก ซึ่งจะทำให้ไม่สามารถพัฒนาโฮมสเตย์ได้เป็นการทั่วไป

4.3 ความสามารถในการหาตลาดที่ต้องการแบบโฮมสเตย์อาจทำได้ยาก

4.4 ความรู้ในการจัดการ และการควบคุมปัจจัยทั้งภายในและภายนอก รวมทั้งเงินทุนจะเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในการดำเนินการ

วิเคราะห์อุปสรรค-โอกาส-จุดอ่อน-จุดแข็ง (TOWS)

การวิเคราะห์อุปสรรค-โอกาส-จุดอ่อน-จุดแข็ง (threats-opportunities-weaknesses-strengths หรือ TOWS) เป็นเมทริกซ์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุปสรรค [threats (T)] และโอกาส [opportunities (O)] กับจุดแข็ง [strengths (S)] และจุดอ่อน [weaknesses (W)] จะแสดงถึงกลยุทธ์ทางเลือก 4 ประการ คือ SO WO ST และ WT โดยการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมทริกซ์ TOWS เป็นโครงร่างงานสำหรับการวิเคราะห์ระบบ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ อุปสรรค (threats) และ โอกาส (opportunities) จากสภาพแวดล้อมภายนอกกับจุดอ่อน (weaknesses) และจุดแข็ง (strengths) จากสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

โดยทั่วไป บริษัทได้กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อน ตลอดจน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมแต่สิ่งที่ยังมองข้ามไป คือ การเชื่อมโยงปัจจัยเหล่านี้ต้องเลือกกลยุทธ์ที่แตกต่างกันเพื่อจัดระบบทางเลือกเหล่านี้ เมทริกซ์ TOWS ได้เสนอ (1) T แทนอุปสรรค (threats) (2) O แทนโอกาส (opportunities) (3) W แทนจุดอ่อน (weaknesses) (4) S แทนจุดแข็ง (strength) model TOWS เริ่มต้นที่อุปสรรค (threats) เพราะในหลายสถานการณ์บริษัทมีการวางแผนกลยุทธ์เป็นผลจากวิกฤตการณ์ด้านปัญหาหรืออุปสรรค (ศิริวรรณ และคณะ, 2542)

กลยุทธ์ทางเลือก 4 ประการ (four alternative strategies)

1. กลยุทธ์ SO (SO strategy) เป็นสถานการณ์ที่ต้องการสูงสุด โดยบริษัทใช้จุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาส โดยทั่วไปเป้าหมายขององค์กรจะเปลี่ยนจากตำแหน่งอื่นของเมทริกซ์นี้ ถ้ามีจุดอ่อนก็พยายามแก้ไขปัญหา เพื่อเปลี่ยนให้เป็นจุดแข็ง ถ้าเผชิญอุปสรรคต้องพยายามเปลี่ยนให้เป็นโอกาส ในกรณีนี้บริษัทจะใช้จุดแข็งเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส

2. กลยุทธ์ WO (WO strategy) พยายามที่จะให้เกิดจุดอ่อนต่ำสุด และเกิด โอกาสสูงสุด ดังนั้นธุรกิจที่ยังมีจุดอ่อนอยู่ ในบางกรณีอาจจะพัฒนาองค์กรหรือต้องการความสามารถเฉพาะอย่าง (เทคโนโลยีหรือบุคคลที่มีทักษะ) จากภายนอก มีทางเลือกที่เป็นไปได้เพื่อสร้างข้อได้เปรียบของโอกาสจากสภาพแวดล้อมภายนอก ในกรณีนี้บริษัทจะพยายามแก้ไขสิ่งที่เป็นจุดอ่อนแล้วจึงปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส

3. กลยุทธ์ ST (ST strategy) ถือเกณฑ์จุดแข็งขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมเป้าหมาย คือ ทำให้เกิดจุดแข็งสูงสุดและมีอุปสรรคต่ำสุด ดังนั้นบริษัทอาจใช้จุดแข็งด้านเทคโนโลยี การเงิน การจัดการ หรือการตลาดเพื่อจัดการอุปสรรคจากคู่แข่ง ในกรณีนี้บริษัทจะใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงหรือเอาชนะอุปสรรคให้ได้

4. กลยุทธ์ WT (WT strategy) มีเป้าหมายที่สร้างให้เกิดจุดแข็งและอุปสรรคต่ำสุด ซึ่งต้องการให้บริษัทใช้รูปแบบการร่วมลงทุน (joint venture) การลดค่าใช้จ่าย (retrench) การเลิกผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีกำไร (liquidate) ในกรณีนี้บริษัทจะใช้กลยุทธ์การตัดทอน (retrenchment strategy) เช่น การเลิกกิจการ การถอนผลิตภัณฑ์ การรวมบริษัท ฯลฯ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ทำดำนโสมสเคย์

ประวัติจังหวัดนครนายก

นครนายกเป็นจังหวัดในภาคกลาง สันนิษฐานว่าเคยเป็นเมืองสมัยทวารวดี เพราะมีหลักฐานแนวกำแพง เนินดิน และสันคูอยู่ที่ตำบลดงละคร หลักฐานที่ปรากฏในสมัยอยุธยาเป็นเมืองหน้าด่าน ทางทิศตะวันออกในสมัยพระเจ้าอู่ทองในปี พ.ศ. 2437 รัชกาลที่ 5 ทรงจัดลักษณะการปกครอง โดยแบ่งเป็นมณฑล และนครนายกได้เข้าไปอยู่ในเขตมณฑลปราจีนบุรีและสระบุรีจนเมื่อปี พ.ศ. 2445 ทรงเลิกธรรมเนียมการมีเจ้าครองเมือง และให้มีตำแหน่งผู้ว่าราชการจังหวัดขึ้นแทน และในช่วงปี พ.ศ. 2486-2489 นครนายกได้โอนไปร่วมกับจังหวัดปราจีนบุรีและสระบุรี หลังจากนั้นจึงแยกเป็นจังหวัดอิสระ

จังหวัดนครนายกมีชื่อเดิมว่าบ้านนา มีเรื่องราวเล่ากันว่าในสมัยกรุงศรีอยุธยาดินแดนของนครนายกเป็นป่ารกชัฏเป็นที่ดอนทำนา หรือทำการเพาะปลูกอะไรไม่ค่อยได้ผล ประกอบกับมีไข้ป่าชุกชุม ผู้คนจึงพากันอพยพไปอยู่ที่อื่นจนกลายเป็นเมืองร้างต่อมาพระมหากษัตริย์ทรงทราบความเดือดร้อนของชาวเมืองจึงโปรดให้ยกเลิกภาษีค่านา เพื่อจูงใจให้ชาวเมืองอยู่ที่เดิม ซึ่งทำให้มีผู้คนอพยพมาอยู่เพิ่มมากขึ้นจนเป็นชุมชนใหญ่ และเรียกเมืองนี้จนติดปากว่าเมืองนายกภายหลังจึงกลายเป็นนครนายกจนทุกวันนี้ (ราไพพรรณ, 2544)

จังหวัดนครนายกอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงเทพมหานคร หากเริ่มต้นเดินทางที่รังสิตสามารถเดินทางมาจังหวัดนครนายกได้ 2 เส้นทาง คือ เส้นทางสายรังสิต-นครนายก (ทางหลวงหมายเลข 305) ระยะทางประมาณ 105 กิโลเมตร และเส้นทางสายกรุงเทพ-สระบุรี (ทางหลวงหมายเลข 2) ถึงหिनกองเลี้ยวขวาเข้าสู่เส้นทางสายหिनกอง สระบุรี-นครนายก (ทางหลวงหมายเลข 33) รวมระยะทางประมาณ 135 กิโลเมตร ไม่ไกลจากกรุงเทพ ฯ มากนักใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมงเศษ (ภาพที่ 7)

ที่ตั้ง และอาณาเขต

จังหวัดนครนายก ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของประเทศไทยห่างจากกรุงเทพ ฯ ประมาณ 107 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 2,122 ตารางกิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดสระบุรี และจังหวัดนครราชสีมา
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดปราจีนบุรี
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดนครราชสีมา และจังหวัดปราจีนบุรี
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดปทุมธานี



ภาพที่ 7 แผนที่แสดงเส้นทางการเดินทางในจังหวัดนครนายก

สถานที่ท่องเที่ยว

จังหวัดนครนายกนับเป็นจังหวัดในภาคกลางที่มีสถานที่ท่องเที่ยว พักผ่อนทางธรรมชาติ และโบราณสถานมากมาย และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวอย่างคึกคักดังนี้

จุดกศสถานถาวรนิมิต และรอยพระพุทธรูปจำลองเขานางบวช

จุดกศสถานถาวรนิมิต ตั้งอยู่ที่บ้านบุงเข้ ตำบลหนองแสง บริเวณจุดกศสถานถาวรนิมิตมีเนื้อที่ประมาณ 350 ไร่ อยู่ติดกับเทือกเขาใหญ่เป็นที่ราบล้อมรอบด้วยภูเขาขนาดเล็ก ภายในบริเวณประกอบด้วยไม้ยืนต้นและมีสถานปฏิบัติธรรม สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางศาสนาอีกแห่งหนึ่ง คือรอยพระพุทธรูปจำลองเขานางบวชอยู่ในมณฑปบนยอดเขานางบวชตั้งอยู่ในท้องที่ ตำบลเอกราชนี้เป็นเอกสารที่ส่งงานไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า สรรพากรห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 9 กิโลเมตร เขานางบวชสูงประมาณ 100 เมตร ทางขึ้นมีบันไดไม่ว่ากรรมใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีหาดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คอนกรีตจากเชิงเขาถึงมณฑป 227 ชั้น รอยพระพุทธรูปที่สร้างไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2401 ในวันแรม 8 ค่ำ เดือน 12 ปีระกา และในกลางเดือน 5 ของทุกปีมีการจัดงานเทศกาลนมัสการรอยพระพุทธรูป

แหล่งโบราณคดีบ้านดงละคร หรือเมืองดงละคร

ตั้งอยู่ที่ตำบลดงละครห่างจากตัวจังหวัดไปทางทิศใต้ขึ้นไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ประมาณ 9 กิโลเมตร แต่เดิมเรียกกันว่า "เมืองลับแล" เป็นสถานที่ตั้งเมืองโบราณสมัยขอมมีอาณาเขตกำแพงเป็นเนินดินและคูเมืองปรากฏอยู่ชาวบ้านเรียกกันว่า "สันคูเมือง" เป็นกำแพงเมืองสูง 2 ชั้น และมีคูน้ำล้อมรอบ ซึ่งเป็นแบบเมืองทวารวดีทางภาคกลางของไทยมีความรุ่งเรืองที่เด่นชัดแบ่งเป็นสองช่วง ช่วงแรกเริ่มพุทธศตวรรษที่ 14-16 เป็นวัฒนธรรมแบบทวารวดี ช่วงที่สองราวพุทธศตวรรษที่ 17-19 เป็นวัฒนธรรมเขมร และวัฒนธรรมก่อนอยุธยาพุทธศตวรรษที่ 19 ชาวบ้านดงละครคงจะอพยพไปตั้งถิ่นฐานตามลำน้ำสายหลักในจังหวัดนครนายก สันนิษฐานว่าน่าจะมี ความสำคัญเกี่ยวข้องกับเมืองศรีมโหสถ เมืองทั้งสองอยู่ห่างกัน 55 กิโลเมตร โบราณวัตถุที่ค้นพบ เช่น เศียรพระพุทธรูปกะไหล่ทองขนาดเท่าปลายนิ้วก้อย ตราประทับหัวแหวนรูปปู รูปช้าง แหวนสำริด ลูกปัดแก้ว ลูกปัดหิน ตุ่มหูสำริด เป็นต้น สำหรับตำนานเมืองลับแลนั้นเล่ากันว่าเมืองนี้เคยเป็นเมืองของราชินีขอม ซึ่งเป็นรโหฐานที่ผู้อื่นไม่สามารถเข้าออกได้ง่ายนัก ประกอบกับลักษณะของบริเวณเมืองมีต้นไม้สูง ๆ ขึ้นอยู่ทั่วไปใครเข้าไปแล้วอาจหลงทางหาทางออกไม่ได้จะต้องวนเวียนอยู่ในดงนั้นเอง และในวันโกน วันพระ วันดีคืนดี จะได้ยินเสียงกระຈប់ปี ลีซอ ปีพาทย์ มโหรีขับกล่อมคล้ายกับมีการเล่นละครในวัง ชาวบ้านจึงเรียกกันว่า "ดงละคร" ซึ่งเพี้ยนมาจาก "ดงนคร" และกรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถานแห่งชาติเมื่อวันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2478

น้ำตกลำธาริกา และถ้ำลำธาริกา

น้ำตกลำธาริกา ตั้งอยู่ที่ตำบลลำธาริกาห่างจากตัวเมืองไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ สายน้ำไหลตกจากหน้าผาเป็นทอด ๆ สูงถึง 9 ชั้น ผาที่สูงที่สุดสูงประมาณ 200 เมตร แต่ละชั้นมีอ่างรับน้ำ มีน้ำมากในฤดูฝน ส่วนฤดูแล้งน้ำจะแห้ง บริเวณด้านล่างของน้ำตกมีบริการร้านอาหารและร้านจำหน่ายของที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง ได้แก่ ไม้กวาด ดอกไม้ที่ทำจากไม้ไผ่นป่า ฯลฯ ซึ่งนักท่องเที่ยวเข้าชมต้องเสียค่าผ่านทางคนละ 20 บาท และในบริเวณใกล้เคียง"ถ้ำลำธาริกา" อาจารย์มัน ภูริทัตโต เคยมาบำเพ็ญศาสนธรรมที่นี้ระหว่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออยู่ให้เห็น ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี พ.ศ. 2460-2463 สภาพเป็นเนินเขาภายในบริเวณประกอบด้วยภูเขาสองและซี เรือนภูเขาหลวง ปูนันและโบสถ์ ซึ่งอยู่ตอนสุดทางเดินเท้าขึ้นเขา

น้ำตกลานรักหรือน้ำตกตาดหินกอง

ตั้งอยู่ในตำบลพรหมณี ใช้เส้นทางเดียวกับทางไปน้ำตกสาริกาและน้ำตกนางรอง โดยแยกซ้ายที่สี่ (แยกประชาเกษม) ประมาณหลักกิโลเมตรที่ 8 และเดินทางต่อด้วยถนนลูกรังอีกประมาณ 5 กิโลเมตรก็จะถึงบริเวณตัวน้ำตก ซึ่งเกิดจากสายธารเล็ก ๆ ไหลผ่านลานหิน ในช่วงสุดท้ายจะไหลพุ่งเป็นทางยาวผ่านลานหินที่กว้างเรียบตรงเชิงเขาเดี่ยว ๆ อย่างสวยงาม และแปลกไปจากน้ำตกแห่งอื่นที่มีน้ำเฉพาะในฤดูฝน

อ่างเก็บน้ำห้วยปรือ และอ่างเก็บน้ำทรายทอง

อ่างเก็บน้ำห้วยปรือตั้งอยู่ที่ ตำบลเขาพระ แยกซ้ายมือจากถนนไปน้ำตกสาริกา-นางรอง ตรงหลักกิโลเมตรที่ 1 ไปตามถนนเขาทุเรียน ระยะทางประมาณ 11 กิโลเมตร เป็นอ่างเก็บน้ำขนาดเล็กแต่มีผิวน้ำกว้างมีน้ำตลอดปี ภูมิประเทศโดยรอบยังมีความงามตามธรรมชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำลังสนับสนุนพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับพักผ่อนหย่อนใจของประชาชน และใช้เป็นศูนย์กีฬาทางน้ำของจังหวัด เนื่องจากมีศักยภาพในการเล่นเรือกรรเชียง เรือแคนูน้ำเรียบ เรือใบ และวินด์เซิร์ฟ นอกจากนี้ยังมีอ่างเก็บน้ำทรายทองอยู่ที่ตำบลเขาพระ ไปทางเดียวกับอ่างเก็บน้ำห้วยปรือ เลยมายังอีก 4 กิโลเมตร เป็นอ่างเก็บน้ำขนาดเล็กภูมิประเทศเป็นภูเขาความสวยงามตามธรรมชาติ เหนืออ่างเก็บน้ำขึ้นไปประมาณ 2 กิโลเมตร มีน้ำตกชื่อน้ำตกทรายทองเป็นน้ำตกขนาดเล็กแต่มีน้ำเกือบตลอดปี นักท่องเที่ยวต้องเดินเท้าเข้าไปจากอ่างเก็บน้ำใช้เวลาประมาณ 30 นาที

ศาลหลักเมือง

ศาลหลักเมืองเดิมเป็นเสาไม้ ยาวประมาณ 1 เมตรเศษ ปลายเสาแกะสลักเป็นรูปดอกบัว ตั้งอยู่บริเวณกำแพงเมืองเก่า ซึ่งในปัจจุบันคือบริเวณบ้านพักผู้ช่วยที่ดินจังหวัด และศูนย์บริการสาธารณสุข เทศบาล ต่อมาประมาณปี พ.ศ. 2453 ทางราชการเห็นว่าศาลหลักเมืองเดิมชำรุดมาก จึงได้ย้ายหลักเมืองไปประดิษฐานที่ตึกแดงในโรงเรียนสตรีประจำจังหวัด คือ โรงเรียนศรีนครนายก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สงวนสิทธิ์ในเนื้อหาและข้อมูล หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยไว้ล่วงหน้า ไม่สามารถคืนค่า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายหลังได้ย้ายมาสร้างใหม่ ณ สถานที่ปัจจุบัน โดยสร้างเป็นศาลาจัตุรมุขและเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์
คู่บ้านคู่เมืองของชาวจังหวัดนครนายกจนถึงทุกวันนี้

ศาลเจ้าพ่อขุนด่าน

ตั้งอยู่บนชะง่อนหิน ตำบลพรหมณีผ่านทางเข้าโรงเรียนนายร้อย จปร. มาเล็กน้อยทางด้าน
ขวามือเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์มีประชาชนเคารพนับถือมากตามประวัติท่านเป็นนายด่านเมือง
นครนายก สมัยกรุงศรีอยุธยา วิจารณ์ของท่านคือการต่อต้านเขมรที่แปรพักตร์เมื่อปี พ.ศ. 2130 ใน
รัชสมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช ขณะที่ไทยติดพันศึกกับพม่า เขมรได้เข้ามารุกรานและกวาด
ต้อนผู้คนแถบปราจีนบุรีเพื่อนำกลับไปเขมร โดยได้ยึดเมืองปราจีนบุรีและเมืองนครนายก ขุนด่าน
ได้รวบรวมผู้คนชาวเมืองนครนายกหนีไปตั้งหลักที่เขาสระโงกแล้วยกกำลังเข้าขับไล่เขมรออกจาก
นครนายกจนเขมรแตกพ่ายไป นอกจากนี้ความศักดิ์สิทธิ์ของเจ้าพ่อขุนด่านยังมีเรื่องเล่าอีกว่าใน
สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นนำกำลังพลไปตั้งที่เขาสระโงกและได้รื้อศาลเจ้าพ่อขุนด่าน เจ้าพ่อขุน
ด่านได้แสดงอิทธิฤทธิ์ทำให้ทหารญี่ปุ่นล้มตายเป็นจำนวนมาก

โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

ตั้งอยู่ที่ตำบลพรหมณี ห่างจากตัวจังหวัดประมาณ 14 กิโลเมตร และห่างจากกรุงเทพ ฯ
โดยทางหลวงสายพหลโยธินและทางหลวงหมายเลข 33 เส้นหินกอง-นครนายก รวมระยะทาง
ประมาณ 140 กิโลเมตร บริเวณโรงเรียนอยู่ติดกับเขาสระโงก มีพื้นที่ประมาณ 3,000 ไร่ เป็นสถานที่
ให้การศึกษาแก่ผู้ที่เข้ารับราชการเป็นนายทหารสัญญาบัตรแห่งกองทัพไทย และภายในโรงเรียนนาย
ร้อยจปร. แห่งนี้มีสถานที่ที่น่าสนใจ ได้แก่ พระบรมราชานุสาวรีย์ พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้า
เจ้าอยู่หัวประดิษฐานไว้หน้าบริเวณกองบัญชาการโรงเรียนนายร้อย จปร.บนเขาสระโงกเพื่อความ
เป็นสิริมงคลในฐานะที่พระองค์ทรงเป็นผู้พระราชทานกำเนิดโรงเรียน พระบรมรูปอยู่ในฉลอง
พระองค์เครื่องแบบจอมทัพไทยแห่งกองทัพบกเต็มยศประทับเหนือพระราชอาสน์ นอกจากนี้ยังมี
สถานที่สำคัญคือ ศาลาวงกลม ซึ่งตามประวัติจอมพลสมเด็จพระเจ้าลูกยาเธอเจ้าฟ้ากรมหลวง
พิบูลย์โลกประชานารถ ทรงดำริให้จัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของนักเรียนนายร้อยและ
ภายในศาลาวงกลมได้ประดิษฐานพระบรมรูปรัชกาลที่ 5 ด้วย อาคารพิพิธภัณฑน์ โรงเรียนนายร้อย
จปร. 100 ปี ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญสำหรับแสดงนิทรรศการผู้จบจากโรงเรียนนายร้อยที่ทำประโยชน์
ให้บ้านเมืองและนิทรรศการเกี่ยวกับสงครามต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีการจัดแสดงอาวุธยุทโธปกรณ์ที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้า เมื่ออนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เคยใช้ทำสงครามในอดีต เครื่องแบบนายทหารของกองพลต่าง ๆ รวมทั้งพระบรมรูปหุ่นขี้ผึ้งรัชกาลที่ 5 อีกด้วย

อนุสรณ์สถานกองพลทหารญี่ปุ่นที่ 37

อยู่ที่วัดพรหมณี ตำบลสาริกา ประมาณกิโลเมตรที่ 5 ทางไปน้ำตกสาริกา-นางรอง จัดสร้างโดยสมาคมทหารสหายสงครามกองพลญี่ปุ่นที่ 37 เมื่อปี พ.ศ. 2535 เพื่อเป็นที่ระลึกถึงดวงวิญญาณของบรรดาทหารซึ่งสังกัดในอดีตกองพลญี่ปุ่นที่ 37 จำนวน 7,920 นาย ซึ่งเสียชีวิตในระหว่างสงครามเอเชียบูรพาเมื่อระหว่างปี พ.ศ. 2482-2488 โดยทำการนำอัฐิที่ฝังอยู่ในบริเวณวัดมาบรรจุในแท่นที่จัดสร้างขึ้น นอกจากนี้ ภายในบริเวณวัดยังมีสวนสัตว์จำลองโดยมีปูเน่เป็นสัตว์ป่ามากมาย อาทิ ช้าง โคน กระบือ เก้ง กวาง และยังมีพระพุทธรูปเก่าแก่ซึ่งเล่ากันว่าชาวลาวอพยพได้อัญเชิญมาเมื่อสมัยเวียงจันทน์แตกปัจจุบันได้ประดิษฐานอยู่ที่วัดนี้

ศาลเจ้าพ่อองค์ักษ์

ตั้งอยู่ฝั่งแม่น้ำนครนายก ในเขตตำบลสันทรายมูล มีเรื่องเล่าว่า เมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเสด็จเถลิงถวัลย์ราชสมบัติ พระองค์ได้เสด็จประพาสจังหวัดปราจีนบุรีผ่านมาตามลำแม่น้ำนครนายก และได้มาประทับแรมบริเวณที่ตั้งศาลเจ้าพ่อองค์ักษ์ในปัจจุบัน ในระหว่างประทับแรมอยู่นั้นนายทหารราชองครักษ์ได้ป่วยและเสียชีวิตลง เพื่อเป็นที่ระลึก ทรงมีพระราชประสงค์ให้สร้างศาลขึ้นเป็นอนุสรณ์ศาลแห่งนี้จึงมีชื่อเรียกว่า "ศาลเจ้าพ่อองค์ักษ์" และใช้เป็นชื่อของอำเภอองค์ักษ์ในปัจจุบันด้วย บริเวณหน้าศาลเจ้าพ่อองค์ักษ์นี้เป็นวังน้ำวนน้ำไหลเชี่ยวมากสำหรับทางราชการถือว่าน้ำตรงวังน้ำเป็นน้ำศักดิ์สิทธิ์จึงได้นำไปทำพิธีสงฆ์น้ำมูรธาภิเษกเมื่อคราวประกอบพระราชพิธีบรมราชาภิเษกของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบันด้วย

ท่องเที่ยวเขาใหญ่-นครนายก

ในช่วงเดือนธันวาคม-มิถุนายน จังหวัดนครนายกได้จัดให้มีกิจกรรมท่องเที่ยวเขาใหญ่-นครนายก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนให้มีการศึกษาธรรมชาติและระบบนิเวศน์ สร้างความรู้ความเข้าใจอันดีงาม และช่วยการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อีกทั้งเป็นการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยว เสริมสร้างอาชีพ และเพิ่มพูนรายได้แก่ประชาชนใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นประโยชน์อันเป็นการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท้องถิ่น สำหรับเส้นทางในการเดินป่าท่องเที่ยวมีด้วยกัน 3 เส้นทาง เส้นทางที่ 1 เริ่มต้นที่น้ำตกนางรอง ผ่านน้ำตกนางรอง น้ำตกตาตมอ้ง น้ำตกตาตมอ้ง น้ำตกตาตมอ้ง น้ำตกมะนาวไปจนถึงอุทยาน ฯ ระยะทางประมาณ 25 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 3 วัน 2 คืน เส้นทางที่ 2 เริ่มต้นที่น้ำตกนางรอง ไปตามลำคลองวังตะไคร้จนถึงน้ำตกแม่ปล้อง รวมระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 2 วัน และเส้นทางที่ 3 เริ่มต้นที่น้ำตกนางรอง เดินลัดเลาะตามลำคลองไปถึงน้ำตกเขาช่องลม ระยะทางประมาณ 10 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 2 วัน การเดินป่าท่องเที่ยว ทางจังหวัดได้จัดคนนำทาง และลูกหาบให้ สำหรับผู้ที่ไม่มีอุปกรณ์ในการพักผ่อน เช่น เต็นท์ ถุงนอน เป็นต้น และยังได้จัดเตรียมอุปกรณ์ไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว

น้ำตกกะอางและน้ำตกวังม่วง

น้ำตกกะอางตั้งอยู่ที่ตำบลศรีกะอาง จากตัวเมืองไปตามถนนสุวรรณศรถึงอำเภอบ้านนา เยื้องกับสถานีตำรวจภูธรอำเภอบ้านนา มีถนนแยกไปน้ำตกกะอางระยะทาง 11 กิโลเมตร ลักษณะเป็นลานหินกว้าง มีน้ำตกไหลผ่านตามช่องหิน นอกจากนี้ บริเวณใกล้เคียงมีพระพุทธรูปปางสมาธิ ก่อด้วยอิฐประดิษฐานอยู่บนเนินเขา และมีสถานเพาะชำกล้าไม้ของกรมป่าไม้ตั้งอยู่ด้วย น้ำตกที่น่าสนใจอีกแห่งหนึ่ง คือน้ำตกวังม่วง ตั้งอยู่ที่ตำบลนาหินลาด มีทางแยกซ้ายมือจากถนนสุวรรณศรที่อำเภopakฟลิไปยังน้ำตกวังม่วง ระยะทาง 16 กิโลเมตร การเดินทางสะดวกไปจนถึงบริเวณน้ำตกเป็นน้ำตกที่ไหลผ่านแนวหินเป็นระยะ ๆ แล้วไหลลงมายังอ่างรับน้ำสุดท้ายซึ่งนับว่ามีความสวยงามของธรรมชาติที่สมบูรณ์

ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครนายก

ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

มะปรางเป็นผลไม้ที่ขึ้นชื่อที่สุดของจังหวัดนครนายก (มะปราง คือ ผลไม้ที่มีรสหวาน ในขณะที่ผลไม้สายพันธุ์เดียวกันแต่มีรสเปรี้ยว เรียกว่า มะขงชิด) มะปรางจะออกผลผลิตช่วงเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม มีหลายสวนที่ปลูกตามเส้นทางนครนายก-น้ำตกสาริกาหากไปในฤดูออกผลพอดีสามารถแวะไปซื้อที่สวนได้ นอกจากจะมีผลไม้ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดแล้วยังมีดอกไม้ คือ ดอกดาหลาที่มีชื่อเสียงของจังหวัด โดยไปตามเส้นทาง 3049 และเลี้ยวซ้ายไปทางวังรีรีสอร์ทมีเกษตรกรที่ทำสวนดอกดาหลาอยู่ลึกลงกว่ารายแต่หากนักท่องเที่ยวต้องการจะไปเยี่ยมชมสวนหรือแวะไปซื้อเอกสารเป็นเอกสารทสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และอยากจะลองตัดดอกเองสามารถติดต่อได้ที่สวนดาหลาแสงทอง (จากทางหลวง 3049 เลี้ยวซ้าย เข้าไป 12 กิโลเมตร) ซึ่งพร้อมที่จะเปิดต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยที่ฤดูออกดอกของดอกไม้ชนิดนี้อยู่ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน-พฤษภาคม

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

จังหวัดนครนายกมีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีชื่อเสียงหลายอย่าง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หินอ่อน ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ ไม้กวาด และพรมทอจากเศษผ้า โดยผลิตภัณฑ์หินอ่อน มีแหล่งผลิตอยู่ที่ใกล้ โรงพยาบาลนครนายก อำเภอเมือง และบริเวณทางแยกเข้าของโรงเรียนนายร้อยจปร. สินค้าที่ผลิต ได้แก่ แจกัน กาน้ำ นาฬิกา กำไล โคมไฟ และป้ายชื่อ ส่วนผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่มีแหล่งผลิตอยู่ที่ ตำบลสาริกา อำเภอเมือง ทำเป็นเรือใบ นกยูง รูปหน้าคน มีขายบริเวณน้ำตกสาริกา นางรอง และวัง ตะไคร้ ไม้กวาดมีแหล่งผลิตอยู่ที่ตำบลสาริกา อำเภอเมือง ตำบลนาหินลาด ตำบลโคกกรวด ตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี ไม้กวาดนี้ทำด้วยหญ้าพงช้าง ส่วนด้ามทำด้วยไม้ไผ่ และไม้ไผ่หิน หาซื้อได้ตามร้านค้าทั่วไปในจังหวัด พรมทอจากเศษผ้ามีแหล่งผลิตอยู่ที่ตำบลเขาเพิ่ม อำเภอบ้านนา ทำเป็นพรมเช็ดเท้า พรมปูที่นอน มีหลายขนาดหาซื้อได้ตามร้านเฟอร์นิเจอร์ในตลาดบ้านนาและ อำเภอเมือง

ขนมและผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร

ขนมที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครนายก คือขนมเป็ยะ มีแหล่งผลิตอยู่ที่ตลาดบ้านนา อำเภอ บ้านนา เป็นขนมเป็ยะ “เชลล์ชวนชิม” หาซื้อได้ตามร้านค้าในจังหวัดและผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการ เกษตร อันได้แก่ ก๋วยฉาบ มันฉาบ เผือกฉาบ ซึ่งมีแหล่งผลิตอยู่ที่ตำบลสาริกา อำเภอเมือง วาง จำหน่ายบริเวณน้ำตกสาริกาและน้ำตกนางรอง นอกจากนี้ยังมีผลไม้แช่อิ่ม ได้แก่ มะเฟือง มะดัน มะขาม มะม่วง กระท้อน มะนาว และมะกรูด มีวางจำหน่ายอยู่บริเวณทางแยกบ้านใหญ่ อำเภอเมือง นครนายกหรือที่กลุ่มแม่บ้านบ้านดง โชคดีที่บ้านดง ตำบลสาริกา อำเภอเมือง ใช้ผลไม้ที่เก็บได้ตาม ฤดูกาลจากสวนของสมาชิกในกลุ่มที่แบ่งส่วนหนึ่งขายสดและนำมาแปรรูปส่วนหนึ่ง แต่ละฤดูกาล ผลผลิตจะผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป เช่น มะม่วงดอง ขนุนเชื่อมแห้ง สับปะรดเชื่อมแห้ง มะเฟือง เชื่อมแห้ง มะขามแช่อิ่ม มะดันเชื่อมแห้ง เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เทศกาลและงานประเพณี

เทศกาล และงานประเพณีของจังหวัดนครนายกที่สำคัญ ได้แก่ งานประเพณีตักบาตรเทโวโรหนะจัดในช่วงแรม 1 ค่ำ เดือน 11 หรือตรงกับวันออกพรรษาของทุกปีจะมีพระสงฆ์จำนวน 109 รูป มารับบิณฑบาตโดยเดินลงมาจากมณฑปวัดเขานางบวช งานวันมะพร้าวหวาน และของดีนครนายกจัดขึ้นช่วงเดือนกุมภาพันธ์-เมษายนของทุกปี บริเวณหน้าศาลากลางจังหวัด วัดอุปประสงค์ เพื่อแนะนำเผยแพร่มะพร้าวหวาน ผลิตผลทางการเกษตร และสินค้าหัตถกรรม ในงานนั้นจะมีการประกวดขบวนแห่ผลิตผลทางการเกษตร ประกวดมะพร้าวและพืชผลทางการเกษตร ประกวดธิดามะพร้าวหวาน การแสดงของนักเรียนและการออกร้านจัดนิทรรศการของหน่วยงานราชการและเอกชน และจำหน่ายสินค้าราคาถูก งานประเพณีสารทไทยและแข่งเรือยาวประเพณี จัดในช่วงเดือนตุลาคมของทุกปี บริเวณริมคลอง 29 ที่วัดทิวพุทธรังสรรค์ อำเภอองครักษ์ ในงานมีการแข่งขันเรือยาวประเภทต่าง ๆ ประกวดการกวนกระยาสารท การทำบุญวันสารทไทย และในตอนกลางคืนจะมีมหรสพ และยังมีงานที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจอีกงานหนึ่ง คืองานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับองครักษ์ จัดช่วงเดือนเมษายนของทุกปี บริเวณคลอง 15 ตำบลบางปลาจอก อำเภอองครักษ์ ภายในงานมีการประกวดไม้ดอกไม้ประดับ งานประกวดการจัดสวนหย่อมและการแสดงนิทรรศการทางวิชาการ

ประวัติของตำบลหินตั้ง

ตำบลหินตั้งเดิมชื่อ ตำบลเขาใหญ่ อยู่ในอำเภอปากพลี มีนายอำเภอมาตรวจท้องที่ พบกองหิน (อยู่ในหมู่ 7) มีลักษณะแปลก คือ มีกองหินเป็นก้อนเล็ก ๆ วางเป็นฐานล่าง และมีหินก้อนใหญ่มากอยู่ด้านบนในลักษณะที่หินก้อนใหญ่ไม่ถูกพื้นดิน จึงทำการเปลี่ยนชื่อจาก ตำบลเขาใหญ่ มาเป็นตำบลหินตั้ง และถือเอาสัญลักษณ์ประจำตำบลหินตั้ง ตั้งแต่บัดนั้นเป็นต้นมาตำบลหินตั้งเป็นตำบลในเขตการปกครองของอำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ซึ่งประกอบด้วย 9 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านคลองสี่สุก บ้านท่าด่าน บ้านนางรอง บ้านท่าชัย บ้านหุบเมย บ้านวังยายฉิม บ้านบุงเข้ บ้านคลองสี่เสียด และบ้านวังยาว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพทั่วไปของตำบล

ตำบลหินตั้งมีลักษณะพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสลับกับที่ราบลุ่ม พื้นที่ลาดเอียงจากทิศเหนือสู่ทิศใต้มีแม่น้ำนครนายกไหลผ่าน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตร เช่น ทำสวนผลไม้ และไผ่ตง เป็นต้น ตำบลนี้ตั้งอยู่ห่างจากอำเภอ 13 กิโลเมตร โดยมีอาณาเขตตำบล ทิศเหนือติดตำบลหมูสี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา ทิศใต้ติดตำบลศรีทรา อำเภอเมืองนครนายก ทิศตะวันออกติดตำบลหนองแสง อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก และทิศตะวันตกติดตำบลสาริกา อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,867 คน เป็นชาย 1,886 คน และหญิง 1,981 คน ประกอบอาชีพหลัก ได้แก่ ทำนา ทำสวนและทำไร่ และประกอบอาชีพเสริม ได้แก่ ค้าขาย ปลูกพืชผักสวนครัว และแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร

ผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจของตำบล

ผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจของตำบลมีหลากหลายชนิดแต่ที่ทำชื่อเสียง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร คือ กลัวยฉาบ มันฉาบ และเผือกฉาบ ซึ่งใช้วัตถุดิบที่หาง่ายในพื้นที่ มีรสชาติกรอบอร่อย นำรับประทาน มีวิธีการแปรรูปอย่างง่าย ๆ โดยนำกลัวย มัน เผือก มาหั่นเป็นแผ่นบาง ๆ ทอดในน้ำมัน คลุกเกลือ น้ำตาล และยังมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้เข้าตำบล คือ แกะสลักหัวไม้ไผ่ตง เช่น ประเภทโคมไฟ และหน้าตุ๊กตาจีน เป็นต้น มีวิธีการทำคือการนำเหง้าไม้ไผ่ตงมาแกะเป็นลวดลายต่าง ๆ แล้วนำมาขัดให้เรียบ ทาทับด้วยแลคเกอร์ ได้ผลิตภัณฑ์ที่แปลกได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและผู้พบเห็น (เป็นผลิตภัณฑ์ที่ปัจจุบันขายในท้องถิ่นได้รับการคัดเลือกเข้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการประชาคมทั้งในระดับตำบลและอำเภอ เพราะเป็นกลุ่มอาชีพที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการนำวัสดุธรรมชาติที่เหลือนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์)

สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของตำบล

น้ำตกนางรอง

น้ำตกนางรองเป็นน้ำตกในเขต และเป็นส่วนหนึ่งของอุทยานเขาใหญ่ ตั้งอยู่ที่ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง ห่างจากตัวเมืองไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือตามทางหลวงหมายเลข 3049 ระยะทาง 20 กิโลเมตร สุดทางที่น้ำตกนางรอง น้ำตกนี้เป็นน้ำตกที่ลดหลั่นกันเป็นชั้น ๆ แต่ละชั้นมีอ่างรับน้ำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตเห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดย่อมเหมาะสำหรับลงเล่นน้ำ เพราะมีความสูงไม่มากนัก มีความสวยงามและเป็นธรรมชาติ ในช่วงฝนตกน้ำจะเชี่ยวจัดไม่เหมาะสำหรับเล่นน้ำบริเวณน้ำตก เพราะอาจเกิดอันตรายได้ แต่ช่วงที่น้ำตกลงมาเหมาะสำหรับลงเล่นน้ำ

น้ำตกวังตะไคร้

น้ำตกวังตะไคร้เป็นอุทยานที่ได้รับการตกแต่งด้วยพันธุ์ไม้นานาพันธุ์ในเนื้อที่ประมาณ 1,500 ไร่ เล่นน้ำและล่องแก่งได้ เพราะเป็นลำน้ำที่ไม่ลึกและคดเคี้ยวมากนัก มีถนนสามารถให้รถยนต์วิ่งเข้าชมได้ ตั้งอยู่ที่ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก (เป็นน้ำตกที่ได้รับการคัดเลือกเข้าโครงการ "หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์" โดยเวทีประชาคม เพราะเป็นน้ำตกและสถานที่ที่ตกแต่งไว้สวยงาม กว้างขวาง สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก)

คลองเขื่อนท่าด่าน

เป็นเขื่อนกักเก็บน้ำสำหรับการเกษตรกรรม การอุปโภคบริโภค การบรรเทาอุทกภัยให้แก่ราษฎรในนครนายกและจังหวัดใกล้เคียงชนิดเขื่อนสูง 93 เมตร ความยาว 2,720 เมตร คอนกรีตอัดแน่นและในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในบริเวณเขื่อนมีการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่ดังนี้

1. กิจกรรมท่องเที่ยวทางน้ำจะใช้พื้นที่อ่างเก็บน้ำเป็นศูนย์ หรือสถานที่เล่นกีฬาทางน้ำที่ปราศจากมลภาวะ ไม่ใช้เครื่องยนต์ อาทิ เรือใบมด วินเซิร์ฟ แคนู การล่องเรือจากเขื่อน-น้ำตกเหวนรอก ฯลฯ
2. กิจกรรมเดินป่าท่องไพร ให้มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ซึ่งอยู่ในพื้นที่โครงการ และเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อาทิ เส้นทางเขื่อน-น้ำตกเหวนรอก และเส้นทางเดินขึ้นเขื่อนคลองท่าด่าน
3. กิจกรรมล่องเรือแคนู
4. กิจกรรมจักรยานท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นมาของโฮมสเตย์

จุดเริ่มต้นของโฮมสเตย์ในยุโรปช่วง 50 ปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ผู้คนเริ่มแสวงหาแหล่งท่องเที่ยว และที่พักที่ห่างไกลชุมชนเมือง และร่องรอยความกดดันจากสงครามไปสู่พื้นที่ชนบทที่เต็มไปด้วยความสงบราบรื่น ธรรมชาติที่สวยงามก่อให้เกิดที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ ขึ้น ได้แก่ bed & breakfast บ้านพักฟาร์ม (farm house) เกสต์เฮาส์ (guest house) และโฮมสเตย์ที่มีลักษณะคล้าย ๆ กันแต่ชื่อเรียกแตกต่างกันไปตามพื้นที่ประเทศและวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ทั้งหมดนั้นล้วนดำเนินการภายใต้แนวคิดเดียวกัน คือ ผู้ที่มาพักเป็นแขกของบ้านมิใช่นักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

ความเป็นมาของโฮมสเตย์ในประเทศไทย

ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ได้กำหนดบทบาทของการพัฒนาชุมชน และการที่รัฐบาลออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่นและหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยการใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขายจึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจจากเอกชนและหน่วยงานรัฐ

ยุคเริ่มต้น (ปี พ.ศ. 2503-2525)

การท่องเที่ยวกระจายอยู่ในกลุ่มนิสิตนักศึกษา กลุ่มออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท ต้องเรียนรู้วิถีชีวิตและรับทราบปัญหาในชนบทเพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ และกระจายในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า โดยเฉพาะในแถบภาคเหนือของประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะพักตามบ้านชาวเขาโดยจุดพักนั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทางเดินป่า (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

ยุคกลาง (ปี พ.ศ. 2526-2536)

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมทัวร์ป่ามีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การพักแรมในรูปแบบโฮมสเตย์ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังหมู่บ้านชาวเขาที่กว้างขวางมากขึ้น ในระยะนี้การเอกสารเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่องเที่ยวรูปแบบนี้อาจสร้างปัญหาให้กับสังคม เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหาโสเภณี ปัญหาการปล้น ขโมย และการฆ่าชิงทรัพย์ เป็นต้น

กลุ่มนักพัฒนา นักกิจกรรมที่เติบโตมาจากการทำกิจกรรมในสมัยนักศึกษาเริ่มทำงานในรูปแบบขององค์กรพัฒนาเอกชน มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม มีรูปแบบการเดินทางเพื่อศึกษาดูงานด้านการพัฒนา ซึ่งเป็นรูปแบบเฉพาะที่เผยแพร่ในกลุ่มเฉพาะเท่านั้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

ยุคปัจจุบัน (ปี พ.ศ. 2537-2539)

เป็นยุคที่เน้นการพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการท่องเที่ยวจะมีรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในระยะประมาณปี พ.ศ. 2537-2539 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเริ่มมีการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น โดยกลุ่มนำร่องเป็นนักกิจกรรมสังคมทั้งรุ่นเก่า รุ่นใหม่ ในพื้นที่ที่องค์กรพัฒนาเอกชน ไทยเข้ามาดำเนินการ เช่น เกาะยาว จังหวัดพังงา (กลุ่มประมงชายฝั่ง) และมีเพิ่มตามมา เช่น หมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จังหวัดเชียงใหม่ (กลุ่มเกษตรทางเลือก) บ้านผู้ใหญ่วีบุลย์ เข็มเฉลิม (กลุ่มเกษตรยั่งยืน) เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

ปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา

เป็นช่วงที่ได้รับการสนับสนุนเนื่องจากเป็นปีแห่งการรณรงค์ท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) ทุกหน่วยงานของรัฐมีนโยบายเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการขยายตัวด้านท่องเที่ยวเชิงชุมชน และขยายกิจกรรมโฮมสเตย์มากยิ่งขึ้น เป็นที่ได้รับความนิยมทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นเพื่อการศึกษาและเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมของท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

ประวัติการก่อตั้งกลุ่มเกษตรกรทำด่านโฮมสเตย์

การก่อตั้งกลุ่มเกษตรกรทำด่านโฮมสเตย์เริ่มจาก คุณประดิษฐ์ สุมณฑา เป็นประธานกลุ่มเกษตรกรทำด่านโฮมสเตย์ ซึ่งทำสวนผลไม้แล้วมีนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งเดินทางมาในหมู่บ้านได้ให้ความสนใจกับสวนผลไม้และเกิดความสนใจของทางเดินที่นอนในสวน จึงเกิดความคิดว่าจะเปิดไม่ทำให้คนเข้ามาพักผ่อนโดยเก็บค่าใช้สถานที่เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม หลังจากนั้นจึงได้รวบรวมชาวบ้านใน

หมู่บ้านมาร่วมกันทำเมื่อปี พ.ศ. 2538 โดยยังไม่มี การเก็บค่าใช้ จ่ายแต่อย่างใด ธุรกิจเริ่มเป็นรูปเป็นร่างหลังจากเวลาผ่านไป 2-3 ปี มีการก่อตั้งกลุ่มเกษตรกรทำด้านอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2542 เปิดรับนักท่องเที่ยวด้วยการเก็บค่าใช้ จ่ายคนละ 100 บาท ภายหลังจากที่มีการอบรมเรื่องการบริการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้แก่ 3 อำเภอ คือ อำเภอบ้านนา อำเภอปากพลี และอำเภอเมือง

ในช่วงของการเริ่มต้นทำธุรกิจมีความล่าช้า เนื่องจากชาวบ้านมีความกังวลกับปัญหาที่จะเกิดตามมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความไม่สะดวกในการใช้ชีวิต และอาจขาดความเป็นส่วนตัวหากมีคนมาอยู่ด้วยภายในบ้าน ซึ่งเป็นคนที่ไม่คุ้นเคยกันมาก่อน ชาวบ้านส่วนใหญ่จะมีชีวิตกันแบบเรียบง่าย มีความสัมพันธ์ที่ค่อนข้างสนิทกัน นอกจากนี้ยังมีความวิตกว่าเมื่อทำธุรกิจจะไม่ได้ผลตอบแทน แต่หลังจากที่มีการอธิบายถึงสิ่งที่จะได้รับ ใช้เวลาสร้างความเข้าใจ อธิบายถึงรูปแบบของการดำเนินงานแล้ว ชาวบ้านส่วนหนึ่งให้ความสนใจ จึงได้เข้าไปติดต่อกับเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวเขต 8 ว่าต้องการจะทำการท่องเที่ยวในสวน ภายใต้นโยบายที่ว่านักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับธรรมชาติแบบชาวสวนจริง ๆ ได้สัมผัสไม้จากต้นแบบสด ๆ ได้นอนใต้ต้นไม้ เป็นการพักผ่อนรูปแบบใหม่ที่ไม่ซ้ำกับรีสอร์ท จากนั้นมีการตั้งคณะกรรมการขึ้นมาเพื่อให้การทำงานเป็นระบบ มีการปรับปรุงพื้นที่โดยรอบ และสร้างห้องพักรับรองใหม่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 1.1 ล้านบาท ในการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการปลูกหญ้า การสร้างสำนักงาน ทำถนน โดยเฉพาะบ้านของชาวบ้านที่บางหลังยังคงเป็นแบบเดิม ๆ ไม่เหมาะที่จะนำมาเป็นที่พักรวมทั้งสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่ยังคงต้องการความสบายซึ่งพอดำเนินการมาได้ระยะหนึ่งเริ่มอยู่ตัวจึงได้จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก ไม่ว่าจะเป็นจักรยาน การบริการนวดสำหรับคนเมื่อยโดยส่งชาวบ้านไปเรียนเรื่องการนวดก่อนที่จะให้บริการ ส่วนทางด้านผลไม้จะออกเป็นช่วงตามฤดูกาล โดยในช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม มีมะพร้าว กล้วย ขนุน ในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคมประกอบด้วย มะม่วง มะไฟ กล้วย ขนุน ในช่วงเดือนพฤษภาคม-สิงหาคม สามารถรอชิม เงาะ ทุเรียน มังคุด ลองกอง กระท้อน และหน่อไม้ชนิดต่าง ๆ ส่วนในช่วงเดือนกันยายน-ธันวาคม จะมีส้มโอ กล้วย ขนุน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบผลไม้อะไรเป็นพิเศษก็สามารถเลือกเที่ยวกันได้แต่ต้องแจ้งจองกันล่วงหน้า เพราะจะมีนักท่องเที่ยวทั้งปี ปัจจุบันสามารถรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 50-60 คน ต่อวัน ซึ่งที่ผ่านมาจะมีหน่วยงานให้ความช่วยเหลือทางด้านการประชาสัมพันธ์และหานักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเขต 8 ประชาสัมพันธ์จังหวัด พัฒนาฝีมือแรงงาน และพัฒนาอำเภอ นอกจากนี้ การบอกกันปากต่อปากของนักท่องเที่ยวเอง นับว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง สำหรับเรื่องของความปลอดภัยนั้นที่ผ่านมายังไม่เป็นปัญหาเพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวกับชาวบ้านมักจะคุ้นเคยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และไว้ใจกันภายหลังการพูดคุย ซึ่งบางกลุ่มถึงขนาดร่วมทำสวนกับเจ้าของบ้านเลยทีเดียว โดยในปัจจุบันนี้สมาชิกกลุ่มเกษตรกรทำค่านโสมสเตย์มีทั้งหมด 11 ครอบครัวที่มีความพร้อมในการเปิดบ้านให้พัก 6 ครอบครัว มีรายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางแสดงรายละเอียดของสมาชิกกลุ่มทำค่านโสมสเตย์

รายชื่อสมาชิกกลุ่ม	จำนวน ห้องพัก (ห้อง)	จำนวน ห้องน้ำ (ห้อง)	จำนวนคน ที่รับได้ (คน)	กิจกรรมที่ทำร่วมกับกลุ่ม
1. นายประดิษฐ์ สุ่มณฑา	3	5	10	ขายอาหารและเครื่องดื่ม
2. นางสมใจ ขุ้ยเขียว	2	5	6	ขายผลไม้แปรรูปต่าง ๆ
3. นายสำราญ ทศนะกุล	1	3	6	ขายผลไม้ตามฤดูกาล
4. นายพิชิต สุ่มณฑา	1	1	6	ขายผลไม้ตามฤดูกาล
5. นายปรีชา สุ่มณฑา	3	3	15	ขายผลไม้ตามฤดูกาล
6. นางสุนิสา ทศนะกุล	1	1	6	ขายผลไม้ตามฤดูกาล
7. นายสมจอง โห้ไทย	-	-	-	ขายไม้กวาด
8. นายปริญญา แดงเพชร	-	-	-	ขายผลไม้ตามฤดูกาล
9. นายเผ่าสิงห์ บุญผา	-	-	-	ขายบะหมี่, น้ำมะนาว
10. นางประเทืองพร มิ่งทองคำ	-	-	-	นวดแผนโบราณ
11. นางบังอร สุทธิพรธม	-	-	-	ขายผลไม้ตามฤดูกาล

การดำเนินงานด้านการตลาดและการบริหารจัดการในปัจจุบัน

กลุ่มเกษตรกรทำค่านโสมสเตย์มีผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม คือ การขายวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวบ้าน ซึ่งพื้นฐานดั้งเดิมของกลุ่มเป็นเกษตรกร มีที่ตั้งอยู่ท่ามกลางแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก คือ การบริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และที่พักแบบโสมสเตย์ และมีผลิตภัณฑ์รอง คือ ผลผลิตทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร เช่น ก๋วยเตี๋ยว น้ำพริกต่าง ๆ ไม้กวาด ผลิตภัณฑ์จากหญ้าไม้ไผ่ เป็นต้น

กลุ่มนักท่องเที่ยว มีทั้งนักศึกษาชาวไทย และชาวต่างประเทศ โดยนักศึกษาชาวไทยจะนิยมเดินทางมาในช่วงวันหยุด ส่วนนักศึกษาชาวต่างประเทศนิยมเดินทางมาในช่วงวันหยุดปิดภาคเรียน ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มครอบครัว นิยมเดินทางมาในช่วงวันหยุดยาว ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนบุคคล กลุ่มอาจารย์ และนักเรียนที่เดินทางมาเข้าค่าย และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัททัวร์ซึ่งเดินทางมาเยี่ยมชม หรือรับประทานอาหารท่ามกลางธรรมชาติ และซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปต่าง ๆ

การกำหนดราคาในการให้บริการการท่องเที่ยวแบบ โฮมสเตย์ผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ มีอัตราค่าบริการที่แน่นอน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ค่าที่พักแรมกับชาวบ้านคืนละ 100 บาท ต่อคน

ค่าเดินทางขนาด 2 คน 200 บาท ต่อคืน

ค่าเดินทางขนาด 4 คน 350 บาท ต่อคืน

ค่าอาหารเช้า 50 บาท ต่อคน

ค่าอาหารกลางวัน 50 บาท ต่อคน

ค่าอาหารเย็น 80 บาท ต่อคน

ค่าเช่าจักรยานแม่บ้านคืนละ 50 บาท ต่อวัน

ค่าเช่าจักรยานเสือภูเขาคืนละ 80 บาท ต่อวัน

นวดแผนไทย 120 บาท

นวดฝ่าเท้า 150 บาท

การทำกิจกรรมอื่น ๆ นอกจากนี้ทางกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์คิดค่าบริการตามความเหมาะสม

สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักที่ท่าด้านโฮมสเตย์ต้องทำการติดต่อล่วงหน้าไปที่ คุณประดิษฐ์ สุขมณฑา ซึ่งเป็นประธานกลุ่มที่เบอร์โทรศัพท์ 01-8044503 เพื่อทำการจัดสรรนักท่องเที่ยวให้แก่สมาชิกกลุ่มตามความสามารถในการรองรับได้ของบ้านแต่ละหลังและเจ้าของบ้านจะได้เตรียมทำความสะอาดสถานที่ บ้านที่รับนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งแล้วจะไม่ทำการจัดสรรนักท่องเที่ยวให้อีก ถึงแม้ว่าบ้านสามารถรองรับได้อีกก็ตาม ทั้งนี้ เพื่อความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของนักท่องเที่ยว สำหรับผู้ที่ต้องการนอนเต็นท์ทางท่าด้านโฮมสเตย์ก็จัดหาให้ หรือจะนำมาเองก็ได้แต่ต้องทำการติดต่อล่วงหน้าก่อนเข้าพักเช่นเดียวกัน โดยจะจัดให้ในสวนของชาวบ้านที่มีการดูแลสนามหญ้าเป็นอย่างดี ดังนั้น สมาชิกคนใดมีพื้นที่มากจัดสรรพื้นที่ดีก็จะได้รับเงินมาก ส่วนในด้านการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกกลุ่มแต่ละคนนั้น ไม่มีการกำหนดแล้วแต่ความพร้อมของแต่ละคน ส่วนใหญ่จะร่วมกันทำพร้อมกัน รายได้ค่าที่พักที่ได้รับมากกลุ่มจะขอหักเป็นเงินเข้ากองกลางเพื่อใช้ในการดำเนินงานในอัตรา 10 บาทต่อนักท่องเที่ยวที่เข้าพักหนึ่งคน ส่วนที่เหลือสมาชิกกลุ่มจะเป็นผู้ได้รับทั้งหมด ในการเข้าพักนั้นทางกลุ่มเกษตรกรได้มีการกำหนดกฎระเบียบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติตามดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ต้องปฏิบัติตามวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน เช่น แต่งกายสุภาพ ไม่แสดงกิริยา วาจาที่ไม่สุภาพเป็นการลบหลู่ คูหมีนสิ่งที่เคารพของชุมชน เป็นต้น
2. ไม่นำสิ่งเสพติดเข้าชุมชน
3. ไม่พกพาอาวุธและวัตถุระเบิดเข้ามาในชุมชน
4. ต้องช่วยกันดูแลรักษาความสะอาดสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ
5. ทางกลุ่มมีสิทธิ์ที่จะพิจารณาให้เข้าพักหรือไม่ก็ได้

นอกจากนี้ทางกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์มีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การเดินป่า ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมเดินป่า เส้นทางทำด้าน-เขาช่องลม ค่าสมัคร 50 บาท ต่อ 10 คน และผู้นำทาง 1 คน เส้นทางทำด้าน-น้ำตกเหวนรก ซึ่งต้องค้าง 1 คืน ค่าสมัคร 100 บาท ต่อคน หากต้องการลูกหาบจ่าย 250 บาท ต่อคน ค่าเช่ารถปิกอัพ 600 บาท ต่อครั้ง เต็มที่นอนขนาด 2 คน ราคา 200 บาท ต่อคืน เต็มที่นอนขนาด 4 คน ราคา 350 บาท ต่อคืน เปลนอน 50 บาท ต่อคน ลูกนอน 100 บาท ต่อคน
2. จักรยานเสือภูเขา กิจกรรมจักรยานเสือภูเขาคันละ 80 บาท ต่อวัน จักรยานบ้านคันละ 50 บาท ต่อวัน
3. การล่องแก่ง จะล่องได้ในช่วงเดือนตุลาคม-มกราคม และบางช่วงเวลาซึ่งคณะกรรมการกลุ่ม ฯ จะพิจารณาว่าจะล่องได้หรือไม่ ผู้ที่จะล่องแก่งต้องว่ายน้ำเป็น และไม่เป็นโรคประจำตัว เช่น โรคหัวใจ โรคลมชัก เป็นต้น จ่ายค่าบริการค่าเช่าเสื้อคนละ 50 บาท
4. การเยี่ยมชมสวนผลไม้ ทางกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ได้จัดทำเส้นทางเยี่ยมชมสวนผลไม้ของสมาชิกเกษตรกร และนักท่องเที่ยวสามารถซื้อผลไม้ราคาถูกลงตามฤดูกาลจากสวนของเกษตรกรเอง
5. การศึกษาวิถีชีวิต เป็นการศึกษาวิถีชีวิตชาวสวน ถ้านักท่องเที่ยวสนใจความรู้ทางด้าน การเกษตรสามารถขอคำแนะนำจากเกษตรกรเจ้าของสวนได้

การส่งเสริมการตลาดของทำด้านโฮมสเตย์ใช้รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสารการท่องเที่ยว แผ่นพับที่จัดทำโดยกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ แผ่นพับที่จัดทำโดยหน่วยงานราชการ เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ของหน่วยงานของรัฐบาล เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ และลงในสื่อต่าง ๆ และลงในอินเทอร์เน็ตทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ศักยภาพของท่าด่านโฮมสเตย์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ท่าด่าน โฮมสเตย์ซึ่งนับว่าเป็น โฮมสเตย์ที่รายล้อมด้วยสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ จึงมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่น้อยที่เดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อน การรวมกลุ่มของเกษตรกรท่าด่านเพื่อจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีศักยภาพอย่างไรนั้น พิจารณาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ องค์ประกอบด้านพื้นที่ องค์ประกอบด้านการจัดการ สิ่งแวดล้อม องค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรม และองค์ประกอบด้านองค์กรชุมชน ซึ่งมีรายละเอียดแต่ละองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

องค์ประกอบด้านพื้นที่

ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทางด้านกายภาพ คือ ลักษณะหรือสภาพทางกายภาพของสถานที่ที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวตามความประสงค์ เป็นขีดจำกัดที่กำหนดได้ชัดเจนและจับต้องได้มากกว่า

จากการศึกษาพบว่าท่าด่านโฮมสเตย์ตั้งอยู่ห่างจากอำเภอเมืองเป็นระยะทาง 12 กิโลเมตร มีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแบบจุดเชื่อมโยงหรือเส้นทางผ่านแหล่งท่องเที่ยว และมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกระจายอยู่โดยรอบ ประกอบด้วย เขื่อนท่าด่านมีระยะทางห่างจากท่าด่านโฮมสเตย์ 1.5 กิโลเมตร วัดตะไคร้ 1.5 กิโลเมตร น้ำตกสาริกา 9 กิโลเมตร น้ำตกเวียงผูกเมย 10 กิโลเมตร อ่างเก็บน้ำคลองสีเสียด 15 กิโลเมตร โดยท่าด่านโฮมสเตย์ตั้งอยู่บนพื้นที่ประมาณ 150 ไร่ ประกอบด้วยพื้นที่สวนผลไม้ของสมาชิกกลุ่ม มีผลไม้หลายชนิด ได้แก่ ส้มโอซึ่งเป็นผลไม้หลัก นอกจากนี้ยังมีมะปราง กล้วย ขนุน มะม่วง มะไฟ เงาะ ทูเรียน มังคุด ลองกอง กระท้อน และหน่อไม้ชนิดต่าง ๆ และมีบ้านพักของเกษตรกรที่สามารถเปิดให้บริการนักท่องเที่ยวได้ 6 ครั้วเรือน สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้รวมกันละประมาณ 50-60 คน นอกจากนี้หากนักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสธรรมชาติก็สามารถพักผ่อนแบบกางเต็นท์ได้ โดยมีพื้นที่รองรับได้ประมาณ 120-150 เต็นท์ (ภาพผนวกที่ 1) มีห้องน้ำสาธารณะจำนวน 6 ห้อง (ตารางที่ 3) มี

ศาลา และม้านั่งสำหรับนักท่องเที่ยวพักผ่อน โดยมีป้ายบอกทางเข้าสู่ท่าด่านโฮมสเตย์เป็นระยะ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย และภายในท่าด่าน โสมสเคย์มีป้ายบอกเส้นทางเข้าชมสวนเกษตร และทำทางเดินเข้าชมสวนเพื่อนักท่องเที่ยวสามารถเดินชมสวนได้อย่างสะดวก โดยมีพื้นที่สนับสนุน ได้แก่ โรงพยาบาลหรือสถานอนามัยที่ใกล้ที่สุด ซึ่งอยู่ห่างออกไปประมาณ 10 กิโลเมตร และมีร้านอาหารเพื่อบริการนักท่องเที่ยวจำนวน 1 ร้าน ที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวสามารถเลือกรับประทานอาหารจากบ้านที่ตนเองพักก็ได้ (ภาพผนวกที่ 3)

ความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทางด้านสังคม คือ ความสามารถของสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวที่จะพัฒนาเพื่อให้หรือขายบริการแก่ผู้มาเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ดังนี้

1. ถนน มีถนนสายหลักผ่าน และมีถนนลูกรังเป็นทางเข้าท่าด่านเป็นระยะทาง 500 เมตร (ภาพผนวกที่ 2)
2. ไฟฟ้า มีไฟฟ้าเข้าถึงทุกครัวเรือนในตำบลหินตั้ง ดำเนินงานโดยการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค
3. ประปา ในกลุ่มเกษตรกรท่าด่าน โสมสเคย์ใช้น้ำบาดาลในการอุปโภคบริโภค
4. โทรศัพท์ ในท่าด่าน โสมสเคย์ไม่มีโทรศัพท์สาธารณะ มีโทรศัพท์บางครัวเรือน ส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการติดต่อประสานงาน
5. ลานจอดรถ มีสถานที่จอดรถที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ
6. สาธารณสุข หากนักท่องเที่ยวได้รับบาดเจ็บหรือเจ็บป่วยเพียงเล็กน้อยทางกลุ่มเกษตรกรท่าด่าน โสมสเคย์มีอาสาสมัครประจำบ้านไว้บริการ ถ้าเจ็บป่วยหนักก็จะนำส่งโรงพยาบาล
7. จุดทิ้งขยะ มีถังขยะตั้งอยู่เฉพาะจุดในบริเวณบ้านพัก
8. บริการรถยนต์ มีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ โดยใช้รถยนต์ของสมาชิกกลุ่ม โดยคิดค่าบริการตามความเหมาะสม และมีบริการรับส่งนักท่องเที่ยวจากสถานีขนส่งในอำเภอเมืองมายังท่าด่าน โสมสเคย์โดยคิดค่าบริการครั้งละ 150 บาท
9. ร้านขายของฝาก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเองโดยกลุ่มเกษตรกรได้ใช้วัตถุดิบจากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาทำการแปรรูป เช่น ก๋วยฉาบ เผือกฉาบ ข้าวแต่น้ำ พริกต่าง ๆ ข้าวเกรียบ ไม้ไผ่แกะสลัก เป็นต้น (ภาพผนวกที่ 4)

ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทางด้านนิเวศน์ คือ ความสามารถของภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ และในบริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ที่จะรับได้ต่อการเปลี่ยนแปลงทางนิเวศวิทยา เกิดจากการพัฒนาสถานที่ดังกล่าวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งท่าด่าน โสมสเคย์เป็นพื้นที่ที่มีพืชพันธุ์ที่หลากหลาย (ภาพผนวกที่ 5) นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมได้ตลอดปี ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนไปตามฤดูกาล มีสภาพแวดล้อมทางภูมิทัศน์ที่สวยงาม มีวิถีการดำเนินชีวิตแบบชาวบ้าน มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงตั้งอยู่โดยรอบ มีสภาพทางธรรมชาติที่เหมาะสมในการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทำกิจกรรมหลายประเภท ประกอบด้วย ล่องแก่ง ปั่นจักรยานเสือภูเขา พายเรือแคนู กิจกรรมเดินป่า
คุณธรรมชาติ ตกปลา

องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ซึ่งกลุ่ม
เกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์ดำเนินการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ดังนี้

1. การกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ทางกลุ่มดำเนินงานโดยแยกขยะเป็น 2 ประเภท คือ
ขยะเปียกและขยะแห้ง โดยขยะแห้งจะทำการรวบรวมเพื่อนำไปกำจัดโดยการเผาในที่โล่งกลางสวน
ส่วนขยะเปียกจะนำมาทำเป็นปุ๋ยหมักเพื่อใช้ประโยชน์ในการทำสวนต่อไป
2. การทำความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยว มีการดูแลตัดหญ้าในสวนไม่ให้รกอย่าง
สม่ำเสมอ การทำความสะอาดคูน้ำที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวให้สะอาดก่อนและหลังนักท่องเที่ยว
เข้าพัก
3. ในการจัดการสิ่งแวดล้อมดำเนินการ โดยสมาชิกของกลุ่มเกษตรกรร่วมมือกัน ดูแลใน
พื้นที่ที่เป็นส่วนรวม ส่วนบริเวณบ้านแต่ละหลังจะทำการดูแลโดยเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของบ้าน

องค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรม

การท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม
และระบบนิเวศน์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ และสร้างความ
ประทับใจ โดยทำด้านโฮมสเตย์มีการจัดกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อบริการนักท่องเที่ยวในลักษณะ
กิจกรรมการสาธิต ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกิจกรรมได้ ได้แก่ การทำสวนผลไม้ และ
กิจกรรมการแกะสลักเห็ดไม้ ตลอดจนกิจกรรมการให้ความรู้ทางด้านการเกษตรในการปลูกไม้ผล
ประเภทต่าง ๆ เช่น ตองกิ่ง ทาบกิ่ง การเก็บผลไม้ เป็นต้น (ภาพผนวกที่ 6) หากนักท่องเที่ยว
ต้องการทำกิจกรรมนันทนาการ เช่น ปั่นจักรยาน กิจกรรมล่องแก่ง บริการนวดแผนไทย (แบบราช
สำนัก) และนวดฝ่าเท้า เป็นต้น ส่วนกิจกรรมอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจนอกเหนือจากที่
กล่าวข้างต้น นักท่องเที่ยวสามารถแจ้งความประสงค์แก่ประธานกลุ่มเกษตรกรเพื่อทางทำด้าน
โฮมสเตย์จะได้จัดกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

องค์ประกอบด้านองค์กรชุมชน

เป็นความร่วมมือของชุมชนที่จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อชุมชนเอง ซึ่งทางทำदानโฮมสเตย์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรประเภทชุมชน โดยดำเนินการในลักษณะเป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกรจำนวน 11 ครัวเรือน โดยมีประธานกลุ่ม คือ นายประดิษฐ์ สุมนทา แต่ละครัวเรือนจะได้รับประโยชน์จากการเปิดบ้านพักแก่นักท่องเที่ยว และสามารถนำผลิตภัณฑ์ของตนมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ไม่เฉพาะสมาชิกกลุ่มเท่านั้นที่สามารถนำผลผลิตมาขาย แต่ชาวบ้านในบริเวณนั้นก็สามารถนำผลิตภัณฑ์ที่ตนมีมาจัดจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวได้ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ ในการนำผลิตภัณฑ์มาจำหน่าย

ศักยภาพของทำदानโฮมสเตย์ในด้านการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์

การดำเนินงานด้านการจัดที่พักโฮมสเตย์เพื่อบริการนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างหนึ่งที่กลุ่มเกษตรกรทำदानโฮมสเตย์ให้ความสนใจ ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเสมือนบ้านของตัวเอง การพิจารณาการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ มีดังนี้

ด้านที่พัก

โครงสร้างบ้านพักที่มีความมั่นคงแข็งแรง วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างแตกต่างกันไปตามแต่ละครัวเรือน มีทั้งบ้านไม้ และบ้านปูน บ้านไม้อยู่ในสภาพที่มั่นคง พื้นไม้ไม่ผุ สามารถรองรับนักท่องเที่ยว โดยที่ไม่เป็นอันตรายต่อการเข้าพัก บ้านปูนอยู่ในสภาพที่ค่อนข้างใหม่ มีการต่อเติมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น พื้นปูกระเบื้อง มีมุ้งลวดป้องกันยุงและแมลง หลังคากระเบื้องที่มีความคงทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศ (ภาพผนวกที่ 7) การถ่ายเทอากาศ แสงสว่าง ซึ่งบ้านพักมีหน้าต่างเพื่อระบายอากาศอย่างพอเพียงการถ่ายเทอากาศได้สะดวก และมีแสงแดดส่องเข้าถึง ทำให้ไม่มีกลิ่นอับ หลังคาบ้านทำจากกระเบื้องที่มีความคงทนต่อสภาพดินฟ้าอากาศไม่รั่วซึม เครื่องนอนและที่นอน ทางบ้านพักแต่ละหลังจะมีฟูกหรือเตียงนอนให้บริการนักท่องเที่ยว (ภาพผนวกที่ 8) และมีผ้าปูที่นอน หมอน ผ้าห่ม ไว้รองรับนักท่องเที่ยว มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน ปลอกหมอน ทุกครั้งเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพัก แต่ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวเข้าพักไม่มีการเปลี่ยนปลอกหมอนหรือผ้าปูที่นอน ซึ่งมีความสะอาด บางบ้านพักมีโต๊ะเครื่องแป้งสำหรับนักท่องเที่ยว บางหลังติดกระจกเงาเพียงอย่างเดียว และมีพัดลมทุกห้องนอน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ห้องน้ำ และส้วม บ้านพักแต่ละหลังมีห้องน้ำ และห้องส้วมในตัวบ้านพักซึ่งใช้ร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยในห้องน้ำมีสบู่ และยาสีฟัน ที่เขเวนผ้าเช็ดตัว ห้องน้ำมีความสะอาดอยู่ในสภาพดี สะอาด ปลอดภัย ไม่มีรูหรือรอยรั่ว มีสวิสค์ไฟที่มองเห็นได้ง่าย ประตูมีล็อกและที่ปิดเปิดอยู่ในสภาพดี การดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณบ้าน มีการดูแลทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ ไม่ปล่อยให้รกรุงรัง มีการทำความสะอาดทั้งก่อน และหลังนักท่องเที่ยวเข้าพัก มีการกำจัดแมลงและสัตว์ที่เป็นอันตรายอยู่เสมอ หากในบ้านมีแมลงหรือสัตว์บางชนิด เช่น หนู แมลงสาบ ยุง มด เป็นต้น กำจัดโดยใช้เครื่องดักสัตว์หรือสารจากธรรมชาติเพื่อกำจัดแมลง

ด้านอาหาร และโภชนาการ

ท่าด่านโฮมสเตย์มีการให้บริการอาหารที่ปรุงมาอย่างดี โดยใช้วัตถุดิบ เครื่องปรุง ตลอดจนขั้นตอนการปรุงอาหารที่สะอาด และถูกหลักโภชนาการ อาหารแต่ละชนิดสามารถประกอบได้ง่าย แล้วแต่ความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งภาชนะที่ใช้มีความสะอาด และปลอดภัย โดยใช้ภาชนะกระเบื้องที่ทนต่อความร้อนได้ไม่หลุดร่อนทำให้เกิดการปนเปื้อน มีการทำความสะอาดโดยใช้น้ำยาล้างจานทำความสะอาด โดยเฉพาะ แก้วน้ำดื่มใสสะอาด ไม่มีกลิ่นเหม็นคาว ห้องครัวอยู่ในสภาพที่สะอาดถูกสุขลักษณะ ตู้กับข้าวและอุปกรณ์เครื่องปรุง เช่น พริก กระเทียม กะปิ น้ำปลา ปลาร้า เกลือ เป็นต้น อยู่ในภาชนะที่มีฝาปิดมิดชิดป้องกันแมลงได้

มีร้านอาหารในชุมชน โดยกลุ่มให้บริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยว 1 แห่ง สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนไม่มากนัก เป็นลักษณะร้านอาหารตามสั่ง มีเครื่องดื่ม และขนมขบเคี้ยวจัดจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวได้ตามราคาท้องตลาด มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด มีน้ำดื่มบรรจุขวดบริการนักท่องเที่ยว ส่วนน้ำที่ใช้ในการอุปโภคในการซักล้างได้มาจากน้ำบ่อ และผ่านการแกว่งสารส้ม

ด้านความปลอดภัย

กลุ่มเกษตรกรท่าด่านโฮมสเตย์ไม่มีการจัดเวรยามเพื่อดูแลความปลอดภัย แต่จะใช้สมาชิกในกลุ่มช่วยกันดูแลสอดส่องดูแลร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ในการติดต่อสื่อสารกับเจ้าหน้าที่ในกรณีที่เกิดเหตุด่วน เหตุร้าย สมาชิกมีเครื่องมือที่ใช้ คือ โทรศัพท์มือถือ และโทรศัพท์บ้าน หากเกิดเหตุการณ์นักท่องเที่ยวเจ็บป่วย ถูกแมลงกัดต่อย และอุบัติเหตุที่ไม่รุนแรงนัก ทางกลุ่มได้มีการเตรียม

ความพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการจัดการ

ท่าด่านโฮมสเตย์ มีการรวมกลุ่มของชาวบ้านในรูปแบบของกลุ่มเกษตรกร เพื่อให้เกษตรกรมีส่วนร่วมในการจัดการ โดยมีประธานกลุ่มเป็นผู้นำในการดำเนินงานและติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายนอก ทั้งนี้ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาที่ขัดต่อวัฒนธรรมของชุมชน จึงมีการกำหนดข้อปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว โดยกำหนดสิ่งที่นักท่องเที่ยวทำได้ และทำไม่ได้ และอาจมีหน่วยงานภายนอกพื้นที่เข้ามาสนับสนุน ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมส่งเสริมการเกษตร ในรูปของการประชาสัมพันธ์ หรือการให้ความรู้ด้านอื่น ๆ

ในการเข้าพักที่ท่าด่านโฮมสเตย์ใช้ระบบการจองล่วงหน้า โดยติดต่อทางโทรศัพท์ผ่านประธานกลุ่มโดยตรง มีการลงทะเบียนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักเพื่อทราบจำนวน และข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว โดยไม่มีการแจ้งรายละเอียดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าธรรมเนียม และค่าบริการต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวทราบอย่างชัดเจน และไม่มีข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างละเอียดให้นักท่องเที่ยวเลือก เนื่องจากทางกลุ่มไม่มุ่งหวังรายได้จากการทำบ้านพักโฮมสเตย์เพียงอย่างเดียว ทำเพียงเป็นอาชีพเสริมเพียงเท่านั้น และไม่มีผลกระทบต่ออาชีพดั้งเดิมของกลุ่มเกษตรกร

ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ท่าด่านโฮมสเตย์ก็มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น การเดินป่า การตกปลา ขี่จักรยาน ล่องแก่ง เป็นต้น ซึ่งจะมีผู้นำเที่ยวหรือไม่ก็ได้ ถึงแม้ว่ากิจกรรมล่องแก่งสามารถทำได้เฉพาะในช่วงฤดูน้ำหลากเท่านั้น นักท่องเที่ยวก็ยังสามารถเลือกทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่มี ทั้งนี้กิจกรรมทุกชนิดทุกประเภทที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวยึดหลักการเดียวกันคือ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ไม่ทิ้งขยะ ไม่ส่งเสียงดังรบกวนชาวบ้าน เป็นต้น ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวพักอยู่ในโฮมสเตย์สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ตลอดจนความรู้เกี่ยวกับการประกอบอาชีพของกลุ่มเกษตรกร

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ท่าด่านโฮมสเตย์มีการส่งเสริมการตลาดโดยมีเอกสารเผยแพร่การท่องเที่ยวเป็นของตนเอง และเป็นข้อมูลจริง ถึงแม้เอกสารดังกล่าวมีรายละเอียดไม่ครบถ้วน หากนักท่องเที่ยวต้องการทราบรายละเอียดสามารถสอบถามจากประธานกลุ่ม หรือขอเอกสารซึ่งจัดทำขึ้นโดยหน่วยงานอื่น ๆ

รวมทั้งค้นหาข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เผยแพร่ข้อมูลท่าด่านโฮมสเตย์ (www.nayokcity.com) เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นอกจากนี้ ทำค่านโสมสเคย์ยังมีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโสมสเคย์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาอีกด้วย

ด้านสภาพแวดล้อม และด้านมูลค่าเพิ่ม

ด้านสภาพแวดล้อม ทำค่านโสมสเคย์ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้ที่พักมีแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจหลายประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถาน และสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่น่าสนใจอีกมากมายจึงมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาจำนวนไม่น้อย ทางกลุ่มจึงสามารถทำการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร โดยใช้วัตถุดิบจากสวนผลไม้ของตนเอง ซึ่งเป็น การเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตของเกษตรกร เช่น กล้วยฉาบ ฝัอกฉาบ ข้าวเกรียบผลไม้ เป็นต้น โดยนำไปจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวที่ร้านขายผลิตภัณฑ์แปรรูปในท้องถิ่นบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูง เนื่องจากสภาวะการฟื้นตัวของเศรษฐกิจก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการมากมายที่เข้ามาดำเนินงานด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งมีกิจกรรมพักผ่อนให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ประกอบกับนโยบายการส่งเสริมธุรกิจขนาดย่อมของรัฐบาลสร้างโอกาสการลงทุนสำหรับผู้ลงทุนที่ยังไม่มีเงินลงทุนมากนัก ดังนั้น รูปแบบการรวมกลุ่มดำเนินงานด้านที่ พักประเภทโสมสเคย์จึงมีบทบาทช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ อีกทั้งได้รับความนิยมจากประชาชนด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวพักผ่อนที่ไม่เหมือนใคร

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นตัวแปรที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ แต่ก็พอที่จะ คาดการณ์หรือพยากรณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งจะต้องนำมาวิเคราะห์และทำการตัดสินใจ ตอบสนองให้เหมาะสมต่อไป โดยปกติสภาพแวดล้อมขององค์กรต่าง ๆ สามารถแยกออกได้เป็น 2 ส่วน กล่าวคือ สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป (general environment) และสภาพแวดล้อมในการ ดำเนินงาน (task environment)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป (general environment) ซึ่งองค์กรไม่สามารถควบคุมได้พิจารณา ปัจจัยดังต่อไปนี้

การเมืองและกฎหมาย

รัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถสร้างรายได้เป็น อันดับต้น ๆ ของประเทศ รัฐบาลจึงมีนโยบายที่สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวในด้านคุณภาพและ มาตรฐานการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการนักท่องเที่ยวและยกระดับ ความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการและการท่องเที่ยว ซึ่งนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการ สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การพัฒนาเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบ ต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แลให้ ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้นตลอดจนการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่ง ท่องเที่ยว รวมทั้งในแผนพัฒนาการเกษตร พ.ศ. 2548-2550 ได้มีการกำหนดแผนลงทุนในโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว และโครงการสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้า และผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร กลุ่มส่งเสริมอาชีพอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีโครงการ UNSEEN THAILAND จัดขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจัดอยู่ในกลุ่ม UNSEEN WAY OF LIFE TRADITIONS AND CULTURE หรือมุมมองใหม่วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม ในด้านกฎหมายนั้น ทางรัฐบาลได้มีการปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สํารวจ จัดทำทะเบียนอนุรักษ์ และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว (การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย, 2546)

สังคม

ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การปรับ โครงสร้างการพัฒนาชนบทอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และพัฒนาชุมชนให้น่าอยู่ สร้างความเชื่อมโยงของการพัฒนาชนบทและเมืองอย่างเกื้อกูลทั้งยัง กำหนดยุทธศาสตร์การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยให้ความสำคัญกับ การอนุรักษ์ฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อมชุมชน ศิลปะวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการ เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในทุกระดับทั้งภาครัฐ เอกชน และ ชุมชนก่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม (สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2547)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เศรษฐกิจ

การฟื้นตัวของประเทศภายหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ จึงทำให้เกิดการลงทุนในธุรกิจต่าง ๆ เกิดการจ้างงานในภาคการผลิตและบริการ รวมถึงธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีหลากหลายรูปแบบ ทำให้มีการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศและเป็นการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค เนื่องจากพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมจะสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น (สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2547)

เทคโนโลยี

ในยุคโลกาภิวัตน์มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในโลกธุรกิจมากขึ้น ทำให้เกิดความสะดวกสบาย ลดเวลาและต้นทุนในการดำเนินงาน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้สามารถทำการติดต่อกันได้ง่ายผ่านโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ต ในธุรกิจการให้บริการท่องเที่ยวซึ่งมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจองห้องพักโดยลูกค้าสามารถจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ โทรศัพท์ หรือ โทรสาร ได้ ตลอดจนธุรกิจสามารถทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (task environment) เป็นสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อ การดำเนินงานหรือประกอบการ โดยตรง ซึ่งองค์กรยังสามารถควบคุมได้บ้าง พิจารณาปัจจัย ดังต่อไปนี้

ลูกค้า

ลักษณะลูกค้าที่นิยมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบโฮมสเตย์มีลักษณะ คือ เป็นนักท่องเที่ยวรักอิสระ มีความสนใจที่หลากหลายโดยไม่ยึดติดแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใดแหล่งหนึ่ง มีความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและหาประสบการณ์ สัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงาม สำหรับกลุ่มครอบครัวซึ่งมักจะเดินทางมาในวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยรถยนต์ส่วนตัว นิยมพักโฮมสเตย์เป็นเวลา 1-2 คืน และนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะมีการท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าวเพิ่มขึ้น คือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม นักศึกษา เนื่องจากต้องการศึกษาหาความรู้ และหาประสบการณ์ในชีวิตที่ยังไม่เคยสัมผัส ประกอบกับการพักแบบโฮมสเตย์มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก จึงเหมาะกับนักศึกษาที่มีกำลังซื้ออย่าง จำกัด อย่างไรก็ตาม จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดนครนายกคาดว่าในอนาคตจะมี นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดมากขึ้นรวมถึงทำด้านโฮมสเตย์ด้วย (ตารางที่ 4)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก ปี พ.ศ. 2543-2546

การบริการ				
เครื่องชี้วัด	2543	2544	2545	2546
จำนวนผู้มาเยือน	681,621	740,887	794,491	849,840
ชาวไทย	674,012	731,517	782,280	833,021
ชาวต่างประเทศ	7,609	9,370	12,211	16,279
จำนวน	280,648	315,033	331,587	349,411
นักท่องเที่ยว				
ชาวไทย	276,397	309,369	324,223	338,383
ชาวต่างประเทศ	4,251	5,664	7,354	11,082
จำนวนนัก	400,973	425,854	462,904	500,069
ทัศนอาจร				
ชาวไทย	397,615	422,148	458,047	494,818
ชาวต่างประเทศ	3,358	3,706	4,857	5,251

ที่มา: (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547)

คู่แข่งชั้น

ในจังหวัดนครนายกมีสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่หลายแห่ง ได้แก่ สวนวังทิพย์ กลุ่มแกะสลักเห้งไม้ไผ่ สวนบุญสมการเกษตร สวนละอองฟ้า สวนอนุรักษ์ทุเรียนโบราณ กลุ่มส้มโอไอพีเอ็ม และสวนศรียา ซึ่งสวนที่มีการเปิดให้บริการเข้าพักแบบโฮมสเตย์ คือ สวนวังทิพย์ และกลุ่มส้มโอไอพีเอ็ม

ความแตกต่างของโฮมสเตย์สวนวังทิพย์กับทำดำนโฮมสเตย์

1. สวนวังทิพย์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทเฉพาะรายบุคคล ซึ่งดำเนินงานโดยเจ้าของคนเดียวในลักษณะทำสวนดอกไม้เป็นหลัก ส่วนทำดำนโฮมสเตย์เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกษตรประเภทชุมชนดำเนินงานโดยรวมกลุ่มเกษตรกรในลักษณะการทำสวนผลไม้

2. สวนวังทิพย์มีการบริการอาหารเมนูหลักจากดอกดาหลาซึ่งเป็นดอกไม้ที่มีชื่อเสียงของสวน ส่วนทำดำนโฮมสเตย์มีการให้บริการอาหารท้องถิ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้หรือการขอยืมเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. สอนวังทิพย์มีความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ครั้งละ 10-15 คน ซึ่งน้อยกว่าท่าด่านโฮมสเตย์ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้รวมถึง 50-60 คน

ความแตกต่างของโฮมสเตย์กลุ่มส้มโอไอโอพีเอ็ม กับท่าด่านโฮมสเตย์

1. โฮมสเตย์กลุ่มส้มโอไอโอพีเอ็มเป็นกลุ่มที่มีการปลูกส้มโอซึ่งควบคุมศัตรูพืชด้วยวิธีผสมผสาน ส่วนท่าด่านโฮมสเตย์เป็นสวนผลไม้ที่มีความหลากหลายมากกว่า

2. โฮมสเตย์กลุ่มส้มโอไอโอพีเอ็ม ไม่มีรายชื่อในคู่มือการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนท่าด่านโฮมสเตย์มีชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ผู้ให้การสนับสนุน

จะมีหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือด้านประชาสัมพันธ์ และนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเขต 8 ประชาสัมพันธ์จังหวัด กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน และศูนย์พัฒนาอำเภอ โดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ แผ่นพับ จดนิทรรศการ งานแสดงการสาธิตต่าง ๆ และนิตยสารการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลการท่องเที่ยวของท่าด่านโฮมสเตย์ อีกทั้งยังได้รับงบประมาณสนับสนุนจากโครงการท่องเที่ยวเชิงเกษตรจำนวน 1.1 ล้านบาท ในการพัฒนาสิ่งต่าง ๆ

แรงงาน

ท่าด่านโฮมสเตย์มีการดำเนินงานโดยสมาชิกกลุ่มเองทั้งการทำสวนผลไม้ และการให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ ไม่มีการจ้างบุคลากรจากภายนอก จึงไม่มีการจ่ายเงินเดือนแก่สมาชิก แต่จะเป็นรายได้จากการจัดการพื้นที่ที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นพื้นที่บริเวณสวนสำหรับให้กางเต็นท์หรือพื้นที่ในตัวบ้าน สมาชิกกลุ่มมีทักษะในการทำสวนผลไม้เป็นอย่างดี ส่วนทางด้านการจัดการโฮมสเตย์นั้น ได้ผ่านการอบรมจากเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานรัฐ เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาพักสมาชิกกลุ่มบางคนก็สามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้บ้าง แต่อย่างไรก็ตาม ท่าด่านโฮมสเตย์ยังมีบุคลากรไม่เพียงพอต่อการต้อนรับนักท่องเที่ยว เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพร้อมกันหลายกลุ่ม

วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในขั้นเจริญเติบโต ซึ่งมีการนำเสนอสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยมีผลิตภัณฑ์หลัก คือ การให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและที่พักแบบโฮมสเตย์ มีเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ คือ ความเป็นวิถีชีวิตชาวบ้านดั้งเดิม เนื่องจากยังไม่ได้รับอิทธิพลความเป็นชุมชนเมือง จึงมีการดำรงชีวิตที่เรียบง่าย มีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และมีความเป็นกันเองระหว่างเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวสูง ในบ้านพักประกอบไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น ส่วนผลิตภัณฑ์รอง คือ ผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรและหัตถกรรมต่าง ๆ เช่น กล้วยฉาบ น้ำพริกต่าง ๆ ไม้กวาด ผลิตภัณฑ์จากหญ้าไม้ไผ่ เป็นต้น ทางกลุ่มใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงโดยนักท่องเที่ยวสามารถติดต่อจองห้องพักล่วงหน้ากับประธานกลุ่มผ่านโทรศัพท์บ้าน โทรศัพท์มือถือและโทรสาร ทางกลุ่มมีการส่งเสริมการตลาดเองโดยทำการประชาสัมพันธ์ในงานนิทรรศการต่าง ๆ รวมถึงแผ่นพับข้อมูลของกลุ่ม แต่ยังไม่ครบถ้วน นอกจากนี้ยังมีการโฆษณาทางนิตยสารการท่องเที่ยว และเว็บไซต์ โดยหน่วยงานรัฐ

ทางกลุ่มทำด้านโฮมสเตย์มีการกำหนดราคาแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การกำหนดราคาที่พักแบบโฮมสเตย์ใช้การตั้งราคาตามคู่แข่ง ราคากิจกรรมนันทนาการและอาหารใช้การตั้งราคาแบบยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสมของลักษณะกิจกรรม ในด้านการเงินทางกลุ่มใช้เงินทุนของสมาชิกเองในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ โดยไม่ต้องกู้ยืมจากแหล่งอื่น ซึ่งรายได้หลักนั้นมาจากการขายผลผลิตทางการเกษตร การบริหารงานของกลุ่มเป็นแบบรวมอำนาจ มีประธานกลุ่มเป็นศูนย์กลางในการติดต่อประสานงานภายในและภายนอกองค์กร อย่างไรก็ตาม สมาชิกกลุ่มสามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในบางเรื่อง ทำให้เกิดการตัดสินใจที่เด็ดขาด รวดเร็ว ถึงแม้ว่าทางกลุ่มจะมีการพัฒนาบุคลากรโดยการจัดอบรมเรื่องการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบโฮมสเตย์แล้ว แต่ยังไม่มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างชัดเจน ทำให้บุคลากรทำงานได้ไม่เต็มศักยภาพ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของทำด้านโฮมสเตย์

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของทำด้านโฮมสเตย์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ประกอบกับศักยภาพของทำด้านโฮมสเตย์ในด้านการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทำให้สามารถพิจารณาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดแข็ง

จุดแข็ง คือ ความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ดี จากการศึกษาพบว่าทำด้าน โสมสแต่ย์มีจุดแข็ง ดังนี้

1. ความเป็นวิถีชีวิตชาวบ้าน ดั้งเดิม
2. ที่พักมีราคาไม่แพงมากนัก
3. ความเป็นมิตรของสมาชิกในกลุ่ม และการยอมรับคนต่างถิ่นสูง
4. มีพืชพันธุ์ ผลไม้ให้นักท่องเที่ยวชมและชิม หมุนเวียนตลอดฤดูกาล
5. มีความร่วมมือ ความช่วยเหลือระหว่างกลุ่มเกษตรกร และที่พักริสอร์ทบริเวณใกล้เคียง
6. มีเงินทุนเพียงพอในการดำเนินงาน โดยไม่ต้องกู้ยืม
7. มีรายชื่ออยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโสมสแต่ย์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
8. มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเลือกทำหลากหลาย
9. มีการให้ความรู้เกี่ยวกับการทำสวนผลไม้ และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบ
10. สมาชิกกลุ่มมีบ้านพักที่ไม่ไกลกันมาก
11. มีรถรับส่งนักท่องเที่ยวเป็นของตนเอง

จุดอ่อน

จุดอ่อน คือ สถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นลบ และคือความสามารถ ซึ่งองค์กรไม่สามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงการดำเนินงานภายในที่องค์กรทำได้ไม่ดี จากการศึกษาพบว่าทำด้าน โสมสแต่ย์มีจุดอ่อน ดังนี้

1. มีรถรับส่งนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ใช้น้ำบาดาลในการอุปโภค บริโภค
3. ไม่มีบริการของโทรศัพท์สาธารณะ
4. ไม่มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน
5. บุคลากรไม่เพียงพอในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะช่วงเวลาที่มียกนักท่องเที่ยวมา

พร้อมกันหลายกลุ่ม

6. ขาดการจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ขาดการซ่อมแซมประตูที่ชำรุด
8. ขาดการประสานงานที่ีระหว่างสมาชิกกลุ่ม
9. ไม่มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเลือก

โอกาส

โอกาส คือ ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยให้การทำงานขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการขององค์กร ซึ่งจากการวิเคราะห์ทำให้มองเห็น โอกาสของท่าด่านโฮมสเตย์ ดังนี้

1. หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนทางด้านต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ การให้ความรู้ด้านการจัดกิจกรรม เป็นต้น
2. มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายประเภท และระยะทางไม่ไกลจากโฮมสเตย์
3. การเปิดเขื่อนท่าด่านเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสามารถดำเนินกิจกรรมทางน้ำ และเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวแห่งใหม่ของตำบล
4. การขยายถนนสายหลักเพิ่มขึ้นสามารถรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น
5. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบโฮมสเตย์เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มนักท่องเที่ยวมาก

ยังขึ้น

อุปสรรค

อุปสรรค คือ ปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ใหบรรลุวัตถุประสงค์ หรือหมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นปัญหาต่อองค์กร ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า อุปสรรคของท่าด่านโฮมสเตย์ ประกอบด้วย

1. ไม่มีสถานที่อำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ และร้านค้าทั่วไป เป็นต้น
2. น้ำประปาไม่สามารถเข้าถึงได้
3. ถนนทางเข้าสู่ที่พักโฮมสเตย์เป็นถนนดินลูกรัง ทำให้เกิดความลำบากในการเดินทาง

ไม่มีรถโดยสารประจำทางผ่าน

4. นักท่องเที่ยวบางกลุ่มขาดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับรูปแบบการพักโฮมสเตย์ จึงทำ

ให้คาดหวังถึงความสะดวกสบายที่จะได้รับมากเกินไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. กิจกรรมบางประเภทไม่สามารถทำได้ในบางฤดูกาล เช่น การล่องแก่งไม่สามารถทำได้เมื่อน้ำลด เป็นต้น

การวิเคราะห์ TOWS

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์สามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการพิจารณา และตัดสินใจหาทางเลือกเชิงกลยุทธ์ได้ โดยจะนำจุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับ โอกาส-อุปสรรคจากภายนอกเพื่อดูว่ากำลังเผชิญกับสถานการณ์เช่นไร และภายใต้สถานการณ์เช่นนั้นควรทำอย่างไรในเชิงกลยุทธ์ โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ TOWS นี้ มักจะเผชิญกับสถานการณ์ใน 4 รูปแบบ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

วิเคราะห์จุดแข็งร่วมกับโอกาส

ลักษณะการวิเคราะห์นี้เป็นการดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้าง และปรับใช้พร้อมทั้งฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่ได้รับมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ ซึ่งสามารถวิเคราะห์จุดแข็งร่วมกับโอกาสของทำด้านโฮมสเตย์ได้ดังนี้

1. รัฐบาลให้การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ โดยการบรรจุรายชื่อลงในคู่มือการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ ทำให้ประชาชนได้รับรู้ ส่งผลให้ทำด้านโฮมสเตย์ประหยัดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์ และสามารถนำเงินทุน ไปใช้ในด้านอื่นที่มีความจำเป็นต่อไป
2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นที่แพร่หลายสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว ประกอบกับสภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ยังคงความเป็นวิถีชีวิตชาวบ้านดั้งเดิม และความเป็นมิตรของสมาชิกในกลุ่มทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง
3. มีการขยายถนนสายหลักเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวประกอบกับเขื่อนทำด้านเปิดให้บริการ ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และที่พักซึ่งมีราคาถูกกว่ารีสอร์ททั่วไป ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกพักที่ทำด้าน

วิเคราะห์จุดอ่อนร่วมกับโอกาส

การวิเคราะห์นี้จะแสดงโอกาสที่เป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคอยู่ภายในที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ซึ่งควรแก้ไขจุดอ่อนเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งงานเวลาสำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้ ซึ่งจากการวิเคราะห์จุดอ่อนร่วมกับโอกาสของท่าด่านโฮมสเตย์ได้รายละเอียดดังนี้

1. การเปิดเขื่อนท่าด่านเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ทางราชการต้องเข้าพัฒนาพื้นที่ให้มีสาธารณูปโภคให้เพียงพอเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ทำให้ท่าด่านโฮมสเตย์มีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับนักท่องเที่ยว เช่น โทรศัพท์ น้ำประปา เป็นต้น
2. หน่วยงานราชการให้การสนับสนุนในการอบรมบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับระบบการจัดการโฮมสเตย์ให้แก่สมาชิกกลุ่ม

วิเคราะห์จุดแข็งร่วมกับอุปสรรค

การวิเคราะห์จุดแข็งร่วมกับอุปสรรคนี้จะชี้ให้เห็น สภาพแวดล้อมที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินงาน แต่มีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งอยู่หลายประการ ซึ่งควรใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีอยู่ในการสร้างโอกาสในระยะยาว จากการวิเคราะห์จุดแข็งร่วมกับอุปสรรคของท่าด่านโฮมสเตย์ได้รายละเอียดดังนี้

1. ไม่มีสถานที่อำนวยความสะดวก เช่น ธนาคาร ไปรษณีย์ เป็นต้น อีกทั้งถนนทางเข้าเป็นดินลูกรัง ซึ่งคงความเป็นชนบท ทำให้นักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่สนใจเลือกเดินทางมาพักผ่อน
2. ถึงแม้ว่าไม่มีรถโดยสารประจำทางผ่าน แต่ท่าด่านโฮมสเตย์มีรถรับส่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์สาธารณะเพื่อบริการรับส่งนักท่องเที่ยวของตนเอง

วิเคราะห์จุดอ่อนร่วมกับอุปสรรค

การวิเคราะห์จุดอ่อนร่วมกับอุปสรรคนี้จะช่วยชี้ให้เห็นปัญหาของจุดอ่อนภายในที่มีอยู่หลายประการ พร้อมทั้งต้องเผชิญกับอุปสรรคจากภายนอก ซึ่งควรพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรคต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเพื่อที่จะได้เกิดความสุขเสียที่น้อยที่สุด ซึ่งจากการวิเคราะห์จุดอ่อนร่วมกับอุปสรรคของท่าด่านโฮมสเตย์มีรายละเอียดดังนี้

1. กิจกรรมบางอย่างไม่สามารถทำได้ในบางฤดูกาล ทำให้สามารถโยกย้ายบุคลากรไปทำหน้าที่อื่นที่ขาดแคลนบุคลากรได้
2. การที่น้ำประปาไม่สามารถเข้าถึงทำให้นักท่องเที่ยวใช้น้ำบาดาล ซึ่งนับเป็นการได้สัมผัสความเป็นธรรมชาติที่แท้จริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์ TOWS สิ่งที่น่ามาพิจารณาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ คือ การวิเคราะห์จุดแข็งร่วมกับโอกาส เนื่องจากเป็นส่วนที่สามารถนำมาวางแผนเพื่อผลักดันให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสภาพการแข่งขัน

การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด

การศึกษาการตลาดของท่าด่านโฮมสเตย์เป็นการศึกษาโดยใช้แนวคิดในเรื่องส่วนผสมทางการตลาดเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ 4Ps

ในการวิเคราะห์ส่วนผสมการตลาด (4Ps) ของกลุ่มเกษตรกรท่าด่านโฮมสเตย์ เพื่อทำให้ทราบถึงการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มในปัจจุบัน ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product)

ผลิตภัณฑ์อาจจะหมายถึงสินค้า บริการหรือความคิดก็ได้ที่สามารถตอบสนองความพอใจของผู้บริโภค หรือผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการได้ใช้ผลิตภัณฑ์นั้น รวมถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน และผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน ตลอดจนคุณภาพ คุณลักษณะ รูปแบบ ตราสินค้า การบรรจุภัณฑ์ ฉลาก ขนาด บริการ และการรับประกันคุณภาพ

ท่าด่านโฮมสเตย์มีผลิตภัณฑ์หลัก คือ การให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและที่พักแบบโฮมสเตย์ และผลิตภัณฑ์รอง คือ ผลผลิตทางการเกษตรและผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตรและหัตถกรรมต่าง ๆ เช่น ก๋วยเตี๋ยว น้ำพริกต่าง ๆ ไม้กวาด ผลิตภัณฑ์จากหญ้าไม้ไผ่ เป็นต้น ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่งของจังหวัดนครนายกจะมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน กล่าวคือ สวนวังทิพย์มีความโดดเด่นในด้านการปลูกดอกคอกาหลา กลุ่มส้มโอไอพีเอ็มมีความโดดเด่นในการปลูกส้มโอโดยควบคุมศัตรูพืชด้วยวิธีผสมผสาน ส่วนท่าด่านโฮมสเตย์นั้นมีจุดเด่นเป็นสวนผลไม้หลากหลายชนิด ในด้านตราสินค้านั้นกลุ่มเกษตรกรท่าด่านมีการแบ่งแยกตราสินค้าระหว่างผลิตภัณฑ์หลักกับผลิตภัณฑ์รองโดยการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบโฮมสเตย์จะใช้ตราสินค้าของท่าด่านโฮมสเตย์และผลิตภัณฑ์รองจะใช้ตราสินค้าของกลุ่มแม่บ้าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ราคา (price)

การตั้งราคาให้ถูกต้องเหมาะสมและยุติธรรมเมื่อเทียบกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือ ธรรมดาประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับจากตัวผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่สำคัญมากอย่างหนึ่งในงานทางการตลาด ราคาในที่นี้ประกอบด้วยการกำหนด หรือการตั้งราคาขายทั้งราคาขายส่ง และราคาขายปลีก และการกำหนดเงื่อนไขต่าง ๆ ในการขาย ซึ่งได้แก่ การให้ส่วนลด ส่วนคืน ระยะเวลาในการชำระเงิน และวงเงินสินเชื่อ

การกำหนดราคาแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การกำหนดราคาที่พักแบบ โฮมสเตย์ใช้การตั้งราคาตามคู่แข่ง เนื่องจากเกรงว่าจะไม่ดึงดูดลูกค้าให้เข้าใช้บริการ จึงตั้งราคาให้ใกล้เคียงกับคู่แข่งรายอื่น ส่วนราคากิจกรรมนันทนาการและอาหาร ใช้การตั้งราคาแบบยืดหยุ่นได้ ซึ่งเป็นการตั้งราคาตามสถานการณ์ตลาดในเวลานั้น ประกอบกับการแข่งขันด้านราคากับคู่แข่ง ดังนั้นทางกลุ่มจึงต้องสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (place)

ควรมีการพิจารณาถึงสถานที่ เวลา และผู้เสนอขายสินค้าหรือบริการนั้น ด้านการจัดจำหน่ายจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการเลือกช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นการเลือกวิธีการจัดจำหน่ายตัวสินค้าให้ถึงมือผู้บริโภค ซึ่งอาจจะเป็นการขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภค หรือเป็นการขายผ่านคนกลาง ส่วนที่สอง คือการกระจายตัวสินค้า เป็นการพิจารณาถึงสิ่งที่อำนวยความสะดวกในการกระจายตัวสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภค ได้อย่างถูกต้องทั้งเวลา สถานที่ และปริมาณ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับหน้าที่การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า

ทำด้าน โฮมสเตย์ใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรง คือ ลูกค้าสามารถติดต่อจองห้องพักล่วงหน้าโดยตรงกับประธานกลุ่มผ่านโทรศัพท์ โทรสาร ซึ่งทำให้ต้นทุนต่ำ สามารถควบคุมได้ง่าย ทราบความต้องการของลูกค้าได้โดยตรง สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการได้ทันตามสถานการณ์ อย่างไรก็ตาม ช่องทางตรงจะเข้าถึงลูกค้าได้น้อยกว่าช่องทางอ้อมซึ่งจะครอบคลุมส่วนแบ่งตลาดได้รวดเร็วและมากกว่า

4. การส่งเสริมการตลาด (promotion)

การส่งเสริมการตลาด คือ ความพยายามใด ๆ เพื่อให้เป็นผลดีต่อการดำเนินงานทางการตลาด เพื่อช่วยยกระดับความต้องการในสินค้า หรือบริการให้สูงขึ้น เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อสื่อสาร ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคให้เกิดความต้องการ และทำการซื้อในที่สุด

ท่าด่านโฮมสเตย์ใช้การส่งเสริมการตลาดในรูปแบบการประชาสัมพันธ์โดยผ่านสื่อ เช่น แผ่นพับ งานแสดงนิทรรศการ เว็บไซต์ เป็นต้น ส่วนการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบอื่นนั้นยังไม่มี การทำมากนัก เนื่องจากหน่วยงานรัฐและเอกชนได้เข้ามาสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอแล้ว และการส่งเสริมการตลาดบางรูปแบบนั้นไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้กับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบโฮมสเตย์ เช่น การโฆษณาทางโทรทัศน์ เพราะมีต้นทุนสูงและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นความสนใจเฉพาะลูกค้าบางกลุ่มเท่านั้น จึงไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายที่เสียไป เป็นต้น

นอกจากการวิเคราะห์ 4Ps หรือกระบวนการธุรกิจผลิตและบริการแล้ว สิ่งหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเจาะจง คือการมองความต้องการลูกค้าว่าต้องการอะไร คุณค่าอะไรที่จะมอบให้แก่ลูกค้าโดยการวิเคราะห์ 4Cs ซึ่งได้ผลดังนี้

วิเคราะห์ 4Cs

การวิเคราะห์ 4Cs คือ การตลาดเน้นบริการ และความต้องการของลูกค้าซึ่งการตลาดแบบนี้จะมองเรื่องจากภายนอกสู่ภายใน ประกอบด้วย

1. คุณค่าเพิ่ม (customer value)

คุณค่าเพิ่ม หมายถึง คุณค่าที่จะมอบให้กับผู้ซื้อโดยดูว่าลูกค้าคือใครและมีความต้องการอย่างไร กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ท่าด่านโฮมสเตย์มี 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มครอบครัว กลุ่มอาจารย์และนักเรียนที่มาเข้าค่าย กลุ่มนิสิตนักศึกษา และกลุ่มที่เดินทางมาทักทายบริษัททัวร์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าเหล่านี้จัดอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบ ออลโลเซนตริก (allocentric) คือ ผู้ที่ต้องการอิสระและประสบการณ์แปลกใหม่ ชอบผจญภัยและมักเดินทางแบบเสาะหาเอง ชอบเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่และยังไม่มีคนไป มักปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น และเป็นกลุ่มเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวันไว้สำหรับการเชิ้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้มาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมสูง โดยกลุ่มลูกค้าหลัก คือ กลุ่มครอบครัวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นประจำ กลุ่มลูกค้ารอง คือ กลุ่มนักศึกษาที่ให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากที่สุด ลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มนี้มีฐานะทางเศรษฐกิจปานกลาง ต้องการการบริการแบบเรียบง่าย ราคาถูก ไม่ต้องการการเอาใจใส่มากนัก ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่เดินทางมาเที่ยวจะได้รับคุณค่าจากการเดินทางเข้าพักทำด่านโฮมสเตย์ คือ ได้เรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร จ่ายค่าที่พักในราคาไม่แพงเกินไป ได้รับความเป็นมิตรไมตรี ความเชื่อถือ ตลอดจนความไว้วางใจในการเข้าพักและได้รับคำแนะนำเกร็ดความรู้ที่ละเอียดรวมถึงการได้เรียนรู้ในภูมิปัญญาท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

2. ต้นทุน (cost to customer)

ต้นทุน คือ ราคาที่ลูกค้ายอมจ่ายจะเป็นตัวกำหนดต้นทุนการผลิต ซึ่งธุรกิจต้องผลิตให้ได้ต้นทุนต่ำกว่าที่ลูกค้ายินดีจ่ายเพื่อจะได้มีกำไร เนื่องจากทำด่านโฮมสเตย์มีการกำหนดราคาที่พักตามคู่แข่ง จึงไม่เกิดความแตกต่างทางด้านราคา ดังนั้นเพื่อให้เกิดกำไรต้องมีการบริหารจัดการเพื่อให้มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง และเนื่องจากกลุ่มเกษตรกรทำด่านมีการเปิดให้บริการมาเป็นระยะเวลา 8 ปีแล้ว ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุงบ้านพักจึงมีการคืนทุนมาบางส่วน ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่มีการเริ่มเปิดให้บริการไม่นานนัก

3. ความสะดวกสบาย (convenience)

ความสะดวกสบาย คือ ธุรกิจมีหน้าที่บริการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า มีผลิตภัณฑ์ตรงกับกาลเทศะ และจังหวะที่ลูกค้าต้องการ ทำด่านโฮมสเตย์มีจุดเด่น คือ มีวิถีชีวิตชาวบ้านดั้งเดิมที่เรียบง่าย ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีจึงเป็นไปตามความเหมาะสมต่อการดำรงชีวิต และเงินทุนของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรที่มีอย่างจำกัด ถึงแม้ว่าถนนที่เข้าถึงทำด่านโฮมสเตย์มีลักษณะเป็นถนนลูกรังอาจมีความยากลำบากในการเข้าถึงบ้าง แต่นั่นก็เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นชนบท

4. การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า (communication)

การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า คือ การสื่อสารกับลูกค้า และการติดต่อกับลูกค้า ต้องถูกต้องตรงประเด็น ลูกค้าสามารถรับรู้ข่าวสารของทำด่านโฮมสเตย์ทางนิตยสารท่องเที่ยว เว็บไซต์ เอกสารเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักญาติเข้ามาไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผ่นพับ ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียว และสามารถสอบถามข้อมูลโดยตรงจากประธานกลุ่มจากการจัดนิทรรศการต่าง ๆ ซึ่งเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทางทำให้ลูกค้าทราบข้อมูล ชักถามข้อสงสัยได้โดยตรง และทางกลุ่มเกษตรกรสามารถรับรู้ความต้องการรับรู้ปฏิบัติยาโต้ตอบ จากลูกค้าได้ทันที



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

แผนธุรกิจของทำदानโฮมสเตย์

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในปัจจุบันได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากพื้นที่ในเมืองใหญ่มีความหนาแน่นของประชากรมาก ทำให้ขาดพื้นที่สีเขียว ผู้คนในเมืองใหญ่จึงนิยมออกจากเมืองในช่วงวันหยุด เพื่อชื่นชมทัศนียภาพที่สวยงาม ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ตามพื้นที่เกษตรกรรม รับประทานอาหารท้องถิ่น โดยมีกิจกรรมพักผ่อนร่วมกับเจ้าของบ้าน ในพื้นที่ธรรมชาติในเขตชนบท หรือเรียกอีกอย่างว่า การพักแบบโฮมสเตย์ จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบโฮมสเตย์ขึ้นมากมายกระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ จังหวัดนครนายกเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามหลายแห่ง และได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ทำदानโฮมสเตย์จึงเป็นอีกทางเลือกใหม่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อน นอกเหนือจากการพักผ่อนในรูปแบบอื่น

ทำदानโฮมสเตย์ตั้งอยู่ในจังหวัดนครนายกที่ประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก และในอนาคตอันใกล้จะมีการเปิดเพื่อนำदानให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว พร้อมกันนี้มีการขยายถนนสายหลักเพื่อรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น จึงคาดว่านักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาจังหวัดนครนายกมากยิ่งขึ้น ทำให้สามารถสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจด้านที่พักจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้จึงมีที่พักประเภทรีสอร์ตเกิดขึ้นมากมายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งรีสอร์ตบางแห่งมีที่ตั้งใกล้กับทำदानโฮมสเตย์ แต่ก็ไม่ใช่อุปสรรคต่อการดำเนินงาน เนื่องจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวคนละกลุ่ม จึงไม่เกิดการแข่งขันกัน ถึงแม้ว่าจะมีโฮมสเตย์ที่เกิดขึ้นใหม่ในจังหวัดก็เป็นเพียงโฮมสเตย์ที่ดำเนินการโดยเจ้าของคนเดียวมิใช่การรวมกลุ่มของเกษตรกร จึงไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐบาล และยังไม่มียุทธศาสตร์อยู่ในคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้โฮมสเตย์เหล่านั้นไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากนักทำदानโฮมสเตย์จึงมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน

วิสัยทัศน์

เป็นผู้นำการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบโฮมสเตย์ของจังหวัดนครนายก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พันธกิจ

มุ่งเน้นคุณภาพในการบริการ โดยการนำเสนอสินค้าที่มีคุณค่า และคุ้มค่าแก่การมาเยือน

วัตถุประสงค์

เพื่อเพิ่มรายได้แก่กลุ่มเกษตรกรนอกเหนือจากการทำสวนผลไม้

ธุรกิจ

ทำค่านโฮมสเตย์ต้องดำเนินการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีการเปิดให้บริการบ้านพักในรูปแบบโฮมสเตย์ ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกทั้งหมด 11 ครัวเรือน และต้องพัฒนาสมาชิกให้มีความพร้อมในการเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวเข้าพักทุกครัวเรือน ทำให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทั้งหมดประมาณ 90-100 คน ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความประสงค์มาเที่ยวทำค่านสามารถติดต่อได้ที่ประธานกลุ่ม คือคุณประดิษฐ์ สุมณฑา โดยตรงทางโทรศัพท์มือถือเพื่อแจ้งวันเวลา และจำนวนคนที่จะมาพัก หรือติดต่อผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวของกลุ่ม ถ้าหากนักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสธรรมชาติกลุ่มต้องจัดหาเต็นท์ให้ได้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถโดยสารประจำทางมายัง บ.ข.ส. จังหวัดนครนายกแล้ว หากไม่มีรถที่จะไปยังทำค่านโฮมสเตย์เมื่อติดต่อไปยังกลุ่มจะต้องหารถมาบริการให้ได้ โดยสามารถติดต่อไปที่ประธานกลุ่มเพื่อนำรถของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรมารับที่สถานีขนส่งจังหวัด โดยคิดอัตราค่าบริการเที่ยวละ 150 บาท

เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงทำค่านโฮมสเตย์แล้วจะต้องลงทะเบียนเข้าพักกับประธานกลุ่มก่อน และจึงเข้าพักตามบ้านต่างๆ ที่ประธานกลุ่มจัดสรรให้ ในห้องพักจะต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็นเท่านั้น ได้แก่ ที่นอน หมอน ผ้าห่ม โต๊ะเครื่องแป้ง หรือกระจกติดผนัง พัดลม และตู้เสื้อผ้า และอาจมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถใช้ร่วมกับเจ้าของบ้านได้ เช่น โทรทัศน์ ห้องครัว ห้องน้ำ เป็นต้น บ้านพักแต่ละหลังจะมีการให้บริการอาหาร และเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวสามารถระบุได้ว่าต้องการรับประทานอะไร โดยคิดอัตราค่าบริการคือ 50 บาท สำหรับมื้อเช้าและมื้อกลางวัน ส่วนอาหารมื้อเย็นคิดอัตราค่าบริการ 80 บาท โดยจัดเป็นอาหารชุดซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมรับประทานอาหารกับเจ้าของบ้าน หรือต้องการสั่งเป็นอาหารจานเดียวก็สามารถสั่งได้ โดยต้องทำการแจ้งเจ้าของบ้านพักก่อนล่วงหน้า เพื่อเจ้าของบ้านสามารถเตรียม

วัตถุประสงค์ได้ตามความต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางด้านกิจกรรมนั้น ทำदान โสมสเดย์มีกิจกรรมหลากหลายชนิดให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ ปั่นจักรยาน ล่องแก่ง บริการนวดแผนไทย (แบบราชสำนัก) และนวดฝ่าเท้า สามารถพบเห็นได้ใน แผ่นพับและในเวปไซต์ต่าง ๆ (www.nayokcity.com) โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกกิจกรรมที่ สนใจ และแจ้งให้กลุ่มทราบนันทน์เมื่อเข้าพัก หรือเลือกแพคเกจที่ทางกลุ่มจัดให้ ซึ่งสมาชิกกลุ่ม เกษตรกรที่มีหน้าที่ด้านกิจกรรม และนำเที่ยวจะเป็นผู้นำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวโดยใช้รถของ สมาชิกกลุ่มเกษตรกรเอง หรือใช้รถของนักท่องเที่ยวก็ได้ มีอัตราค่าบริการนำเที่ยวคิดแตกต่างกัน ตามลักษณะกิจกรรมที่เลือก นอกจากนี้ทางกลุ่มเกษตรกรมีผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปเองโดยใช้วัตถุดิบ จากสวนผลไม้ และสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ จัดจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวที่ร้านค้าบริเวณ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ทั้งของสมาชิกกลุ่มเกษตรกร ทำदान และบุคคลภายนอกที่นำสินค้ามาจัดจำหน่ายให้นักท่องเที่ยวด้วย อย่างไรก็ตาม ทำदान โสมสเดย์จะคงสัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นทำदान โสมสเดย์ (logo) ไว้

ผลิตภัณฑ์

ทำदान โสมสเดย์มีผลิตภัณฑ์หลัก คือการให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบที่พัก แบบโฮมสเดย์ และมีผลิตภัณฑ์รอง คือการพักผ่อนแบบเดย์ที่ สินค้าทางการเกษตร และสินค้าแปรรูปทางการเกษตร เช่น กล้วยฉาบ เผือกฉาบ น้ำพริกต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไม้ไผ่ เป็นต้น จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ คือมีวิถีชีวิตชาวบ้านดั้งเดิมที่เรียบง่าย มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความเป็นกันเองระหว่างเจ้าบ้านกับแขกผู้มาพัก ซึ่งมีความแตกต่างจากที่พักประเภทรีสอร์ท จึงเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ลูกค้ากลับมาเที่ยวซ้ำอีก และลูกค้าใหม่ที่มีความต้องการที่จะมาเที่ยว

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจในคุณภาพของ โฮมสเดย์ทางกลุ่มเกษตรกรจะทำ ป้ายแสดงถึงสิ่งที่ทำदान โสมสเดย์มีการจัดการในการรับรองลูกค้า ที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อ เป็นการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ของตนเอง โดยแบ่งเป็นคุณภาพสถานที่บริเวณรอบ ๆ ที่พัก และคุณภาพภายในบ้านพัก มีรายละเอียดดังนี้

คุณภาพสถานที่บริเวณรอบ ๆ ที่พัก

1. มีการรักษาความสะอาดอย่างสม่ำเสมอ
2. มีทางเดินปลอดภัยในการเดินชมสวน
3. มีผลไม้สดตามฤดูกาล

คุณภาพภายในบ้านพัก

1. มีการทำความสะอาดห้องพัก และบ้านพักอย่างสม่ำเสมอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอน ปลอกหมอนทุกครั้งที่นักท่องเที่ยวเข้าพัก
3. มีน้ำอุปโภค บริโภคที่สะอาด
4. มีการกำจัดแมลง โดยใช้สารจากธรรมชาติ
5. มีมุ้งลวดที่มีฉีดยาป้องกันแมลงเข้ามาในบ้านพัก
6. มีการประกอบอาหารที่ถูกต้องลักษณะ

นอกจากนี้ทางท่าด่าน โสมสเดย์จะติดป้ายกฎระเบียบ ข้อบังคับนอกเหนือจากที่มีในแผ่นพับเพื่อบอกให้นักท่องเที่ยวทราบถึงกฎระเบียบไว้ที่ศูนย์บริการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

แผนการตลาด

เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและกลุ่มนักศึกษาให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด และได้เดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง ดังนั้นทางท่าด่าน โสมสเดย์มีจะสร้างศักยภาพเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวได้ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวจะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลักเพราะสร้างรายได้ให้กับกลุ่มมากกว่ากลุ่มลูกค้ากลุ่มอื่น โดยกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้มีลักษณะการเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ใช้เวลาในการพักผ่อน 1-2 คืน ส่วนใหญ่จะพักที่โสมสเดย์มากกว่าพักที่อื่น ทางด้านค่าใช้จ่ายขึ้นอยู่กับขนาดครอบครัวที่คิดเป็นรายบุคคล ซึ่งลูกค้ากลุ่มครอบครัวนี้จะมีความสนิสนิยมกับเจ้าของบ้านเป็นพิเศษ และเจ้าของบ้านมีความไว้วางใจกับลูกค้ากลุ่มนี้มากกว่าลูกค้ากลุ่มอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายรอง จัดเป็นประเภทที่มีความชื่นชอบและนิยมท่องเที่ยวในรูปแบบโสมสเดย์ที่เสียค่าใช้จ่ายไม่สูงนัก ซึ่งจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ และเรียนรู้วิถีชีวิตชาวบ้านเป็นสิ่งสำคัญ โดยเดินทางเป็นกลุ่มมาพักผ่อน และทำกิจกรรมร่วมกัน ส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อนประมาณ 1-2 คืน เช่นเดียวกับกลุ่มลูกค้าประเภทครอบครัว ดังนั้นท่าด่าน โสมสเดย์ต้องวางแผนเพื่อขยายการรองรับไปยังกลุ่มนี้เช่นเดียวกัน

ในการดำเนินงานด้านการตลาดของท่าด่าน โสมสเดย์ต้องมีการจัดการเพื่อรักษาลูกค้านักท่องเที่ยวประเภทครอบครัวกลุ่มเดิม และเพื่อดึงดูดลูกค้านักท่องเที่ยวประเภทนักศึกษากลุ่มใหม่ ซึ่งจากการวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดสามารถทำการกำหนดแนวทางด้านการตลาดได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ต้องรักษาจุดเด่นของความเป็นวิถีชีวิตชาวบ้านที่ไม่ใช่สิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น เช่น ในห้องพักควรตกแต่งโดยเน้นที่ความเรียบง่าย ไม่หรูหราจนทำให้สูญเสียรูปแบบพื้นบ้านไป เป็นต้น นอกจากนี้ต้องมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อช่วยในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่ยังไม่มีข้อมูลการท่องเที่ยวรูปแบบดังกล่าว อย่างไรก็ตาม สมาชิกกลุ่มเกษตรกรต้องทำความเข้าใจว่า การทำสวนผลไม้ควรดำเนินการควบคู่กับการให้บริการที่พักโฮมสเตย์นั้นเป็นอาชีพเสริม เนื่องจากสวนผลไม้ของเกษตรกรเป็นส่วนหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความสนใจมาท่องเที่ยวที่ท่าด่านโฮมสเตย์ ดังนั้นเกษตรกรต้องเอาใจใส่ดูแลสวนผลไม้ให้มีความหลากหลาย และมีผลผลิตตามฤดูกาล เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมสวนได้ตลอดทั้งปี

2. ด้านราคา ท่าด่านโฮมสเตย์ต้องวางแผนในการกำหนดราคาที่ชัดเจนและเป็นธรรมมีการกำหนดราคาโดยใช้กลยุทธ์แบบ bundling price คือการขายสินค้าหรือบริการโดยผนวกเข้ารวมกันเป็นกลุ่ม ซึ่งมี 3 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 ค่าบริการที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ 1 คืน รวมค่าอาหาร 3 มื้อ ในราคาท่านละ 280 บาท ประกอบด้วย อุปกรณ์ เครื่องใช้ในห้องน้ำ และผ้าขนหนู

รูปแบบที่ 2 ค่าบริการที่พักรูปแบบเตียงขนาด 2 คน คืนละ 150 บาท ประกอบด้วยหมอนหนุน 2 ใบ และผ้าห่ม 2 ผืน หรือ อู่นอน 2 ชุด

รูปแบบที่ 3 ค่าบริการที่พักรูปแบบเตียงขนาด 4 คน คืนละ 300 บาท ประกอบด้วยหมอนหนุน 4 ใบ และผ้าห่ม 4 ผืน หรือ อู่นอน 4 ชุด

ถ้าหากเพิ่มอุปกรณ์เครื่องนอนคิดราคาเพิ่มอีกขึ้นละ 20 บาท อุปกรณ์เครื่องใช้ในห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยวที่พักเตียงที่คิดอัตราค่าบริการตามความเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการที่บ้านพักจัดให้

โดยทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกมื้ออาหารได้ว่าต้องการทานมื้อใด รายการใด โดยแจ้งทางเจ้าของบ้านพัก และนักท่องเที่ยวที่พักเตียงที่สามารถทำการติดต่อแจ้งรายการอาหารได้ในวันแรกของการเข้าพักตามความต้องการโดยคิดราคาเป็นรายการไป

3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย นอกจากการที่นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อจองห้องพักผ่านประธานกลุ่มเกษตรกรโดยตรงทางโทรศัพท์ หรือ โทรสารแล้ว ต้องวางแผนเพื่อการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อมในลักษณะการรับจองที่พักรับบริษัททัวร์เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่ยังไม่เคยเดินทางมาสามารถติดต่อได้ และพัฒนาการติดต่อจองที่พักแบบโฮมสเตย์ผ่านเว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นอกจากเป็นการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายแล้ว ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ข่าวสารของกลุ่มให้ตรงกับตลาดกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ถึงแม้ว่าจะมีหน่วยงานทางราชการเข้ามาช่วยเหลือในการสนับสนุนด้านการให้ข่าวสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ทางกลุ่มต้องมีการเอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวนเวียนสำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จัดทำการประชุมสัมพันธบัตรเป็นเรื่องเป็นราว เพื่อเป็นการเจาะตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มที่มาท่องเที่ยวบ่อย และกลุ่มใหม่ โดยกระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรสร้างความประทับใจในรูปแบบของการให้บริการเหนือความคาดหมาย เช่น ในช่วงเทศกาลงานต่าง ๆ ของจังหวัดต้องติดต่อเพื่อแจ้งแก่ลูกค้าเพื่อให้ข้อมูลการท่องเที่ยว หรือการส่งบัตรอวยพรแก่ลูกค้าครอบครัวที่มาพักเป็นประจำ เป็นต้น ทางด้านลูกค้ากลุ่มใหม่ ทางท่าด่านโฮมสเตย์ต้องให้ความเอาใจใส่ ให้ความเป็นมิตร พுகุศุขอย่างเป็นกันเองกับนักท่องเที่ยว และจัดกิจกรรมครอบครัวที่เดินทางมาพักแรมในบ้านของตนเอง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอบอุ่น และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ซึ่งทางกลุ่มเขียนเว็บไซต์เพื่อบอกรายละเอียดเกี่ยวกับท่าด่านโฮมสเตย์ และกิจกรรมต่าง ๆ รวมถึงมีระบบการจองของลูกค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนักศึกษาที่มาพักแรม ซึ่งส่วนใหญ่จะค้างคืนเป็นเวลา 1-2 วัน ดังนั้นทางกลุ่มเกษตรกรต้องมีการจัด โปรแกรมการท่องเที่ยว และการทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้คุณักท่องเที่ยวให้มีความสนใจ และเกิดความประทับใจจะนำมาสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำอีกจึงควรจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

โปรแกรมการท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน ต้องประกอบด้วย กิจกรรมด้านการเกษตร กิจกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น

- 8.00-8.30 น. รับประทานอาหารเช้า
- 8.30-9.30 น. พานักท่องเที่ยวเดินชมสวนผลไม้ และให้ความรู้ด้านการเกษตร
- 9.30-10.00 น. เดินทางถึงน้ำตกนางรอง
- 10.00-12.00 น. พักผ่อนที่น้ำตก
- 12.00-13.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00-13.30 น. เดินทางถึงอุทยานวังตะไคร้
- 13.30-15.30 น. พักผ่อนที่อุทยานวังตะไคร้
- 15.30-16.00 น. เดินทางถึงกลุ่มไม้ไผ่แกะสลัก
- 16.00-17.00 น. ดูกิจกรรมแกะสลักไม้ไผ่ (นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการแกะสลักได้)
- 17.00 น. เดินทางกลับสู่ท่าด่านโฮมสเตย์

ในโปรแกรมการท่องเที่ยวนี้สามารถยืดหยุ่นช่วงเวลาในการทำกิจกรรม หรือนักท่องเที่ยวสามารถเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ตามความเหมาะสม

นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะต้องเสนอแนะให้นักท่องเที่ยวทราบในช่วงต่าง ๆ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดือนมกราคม-เดือนมีนาคม ประกอบด้วย งานเทศกาลมะยงชิด มะปรางหวานนครนายก งานเทศกาลกินปลา สินค้าพื้นเมือง เทศกาลมหกรรมไม้ดอก ไม้ประดับองค์กรฯ งานประเพณีคู่ขวัญข้าวเดือน 3

เดือนเมษายน-เดือนมิถุนายน ประกอบด้วย งานวันกตัญญู และประเพณีสงกรานต์ งานประเพณีบุญบั้งไฟ

เดือนกรกฎาคม-เดือนกันยายน ประกอบด้วย เทศกาลส้มโอกระฉ่อนเมืองนครนายก เทศกาลท่องเที่ยวหน้าดก เดินป่าท่องไพร และประเพณีสารทไทย

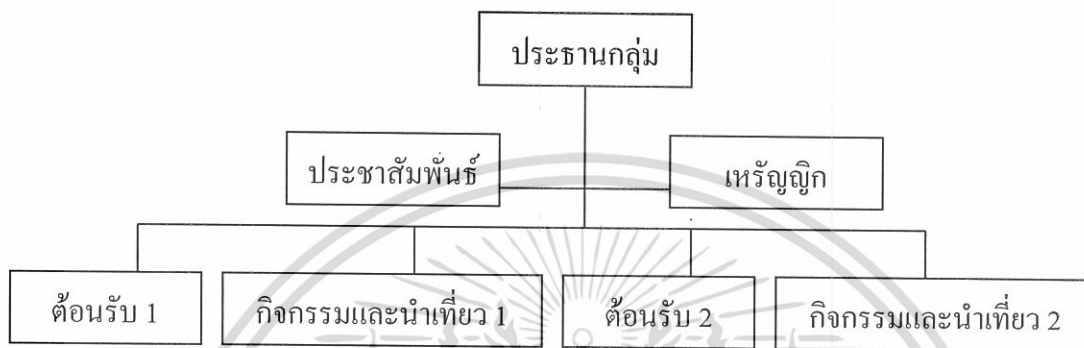
เดือนตุลาคม-เดือนธันวาคม ประกอบด้วย งานลอยกระทง ตักบาตรเทโวโรหณะ ประเพณีแข่งเรือ กิจกรรมล่องแก่ง

แผนการบริหาร

ในด้านการบริหารงาน กลุ่มเกษตรกรทำदानโฮมสเตย์ยังไม่มีกรแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละอย่างชัดเจน ประกอบกับการจัดเก็บข้อมูลของลูกค้ายังไม่เป็นระบบจึงทำให้เกิดปัญหาหลายประการ กล่าวคือ ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่จะมีการจดบันทึกไว้ แต่ถ้าหากเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กจะไม่มีการจดบันทึกข้อมูล จึงทำให้เกิดความสับสนในการรับรองลูกค้าเมื่อมีนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กเข้ามาพร้อมกันหลายกลุ่ม ถ้ามีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่เข้ามา เช่น คณะนักเรียนที่เดินทางมาเข้าค่าย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัททัวร์ เป็นต้น เดินทางมาพร้อมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ทำให้บุคลากรในการต้อนรับไม่เพียงพอจึงเกิดผลเสียตามมา คือ ไม่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง ทำदानโฮมสเตย์จึงต้องทำการจัดแบ่งหน้าที่ของสมาชิกแต่ละคนให้ชัดเจน โดยให้ประธานกลุ่มเป็นศูนย์กลางในการติดต่อรับรองห้องพักทั้งกลุ่มเล็ก และกลุ่มใหญ่ มีการจดบันทึกไว้ทุกกลุ่ม เมื่อมีลูกค้ากลุ่มใหญ่เข้ามาพัก ห้ามรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กเข้ามาอีก เพื่อนำบุคลากรที่มีอยู่ไปช่วยรับรองลูกค้ากลุ่มใหญ่เหล่านั้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความทั่วถึงในการบริการ สำหรับหน้าที่ของสมาชิกในกลุ่มต้องปฏิบัติหน้าที่ด้านการต้อนรับลูกค้าที่ประธานกลุ่มจัดส่งมาให้ โดยอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมนันทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ตามความเหมาะสม รวมถึงการดูแลทำความสะอาดบริเวณบ้าน และที่พักให้สะอาดอยู่เสมอ ทั้งนี้ประธานกลุ่มต้องทำการประชุมสมาชิกกลุ่มเพื่อจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดการจัดกิจกรรม การแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้าพักแรมที่บ้าน ตลอดจนการนำชมสถานที่ท่องเที่ยวหากมีความสามารถทำได้ ส่วนหน้าที่ทางด้านบัญชี และการเงินของกลุ่มประธานกลุ่มจะเป็นผู้จัดทำเอง เนื่องจากประธานกลุ่มเป็นผู้ทำหน้าที่ติดต่อ จัดสรร

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ของ นสพ.เอกสารทุกครั้งที่มีการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ยู่ได้เห็นไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลูกค้าให้แก่บ้านพัก อีกทั้งเป็นผู้เก็บเงินกองกลาง และต้องติดต่อประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ จึงควรจะทราบตัวเลขทางการเงินของกลุ่ม เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพต้องมีการจัดโครงสร้างองค์กรให้เป็นระบบ ดังนี้



ภาพที่ 8 แผนผังองค์กร

ประธานกลุ่ม ทำหน้าที่ ติดต่อกับลูกค้านักท่องเที่ยว และประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ จัดสรรนักท่องเที่ยวลงบ้านพักโฮมสเตย์ให้แก่สมาชิกในกลุ่มที่มีความพร้อม หรือจัดที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักเดย์ท์

เหรียญ ทำหน้าที่ ดูแลด้านบัญชีและการเงินของกลุ่ม

ฝ่ายต้อนรับ 1 ทำหน้าที่ ต้อนรับคณะนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ที่เข้าพักรูปแบบเดย์ท์ที่ ประธานกลุ่มจัดสรรมา และให้ข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมที่น่าสนใจของกลุ่ม

ฝ่ายกิจกรรมและนำเที่ยว 1 ทำหน้าที่ จัดเตรียมกิจกรรมเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่เข้าพัก รูปแบบเดย์ท์ และพานักท่องเที่ยวชมสวนผลไม้ กิจกรรมที่น่าสนใจในชุมชน หรือกิจกรรมที่ นักท่องเที่ยวมีความสนใจ

ฝ่ายต้อนรับ 2 ทำหน้าที่ ต้อนรับนักท่องเที่ยวประเภทพักแบบ โฮมสเตย์ ที่ประธานกลุ่ม จัดสรรมา และให้ข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมที่น่าสนใจของกลุ่ม

ฝ่ายกิจกรรมและนำเที่ยว 2 ทำหน้าที่ จัดเตรียมกิจกรรมเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่พัก รูปแบบโฮมสเตย์ และพานักท่องเที่ยวชมสวนผลไม้ กิจกรรมที่น่าสนใจในชุมชน หรือกิจกรรมที่ นักท่องเที่ยวมีความสนใจ

ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ แก่หน่วยงานราชการ ประกอบกับทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มที่จะต้องจัดขึ้นเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนการเงินและบัญชี

ทำค่าน โสมสเดย์ไม่ได้รับการสนับสนุนทางด้านเงินลงทุนจากรัฐบาล จึงใช้เพียงเงินทุนของสมาชิกในกลุ่มในการดำเนินงานทางด้านต่าง ๆ ตามความสามารถของเกษตรกรแต่ละคนจะทำได้ แหล่งรายได้หลักที่สำคัญได้จากการขายผลผลิตทางการเกษตรตามฤดูกาล และมีรายได้เสริมจากการให้บริการที่พักแบบโฮมสเดย์ กิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ค่าอาหารเครื่องดื่ม และผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ต้นทุนที่ต้องใช้ในการปรับปรุงด้านต่าง ๆ เนื่องจากทำค่าน โสมสเดย์มีการปรับปรุงทางด้านบุคลากรเป็นส่วนใหญ่ ทางด้านกายภาพนั้นทางกลุ่มมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวจึงไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนในการพัฒนาด้านวัสดุ ดังนั้นในแผนธุรกิจนี้จึงไม่ได้เสนอการวิเคราะห์ทางการเงิน ไร่ใดก็ตาม การบันทึกรายการรายรับ รายจ่ายต่าง ๆ มีความจำเป็นสำหรับทุกธุรกิจ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินความสามารถในการทำงานการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นทำค่าน โสมสเดย์ต้องมีการจัดการระบบบัญชีโดยจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่าย ในการเปิดให้บริการบ้านพักแบบโฮมสเดย์ของสมาชิกกลุ่มแต่ละครัวเรือน และมีการจัดทำบัญชีกองกลางของกลุ่ม ซึ่งแยกเป็นบัญชีรายรับ รายจ่าย เช่นเดียวกัน โดยแจ้งรายละเอียดแหล่งที่มาของเงินทุน และรายการค่าใช้จ่ายให้ชัดเจนเพื่อให้ทราบสถานภาพทางการเงินของกลุ่ม และนำไปสู่การตัดสินใจใช้เงินทุนที่มีอยู่ให้เหมาะสม ไม่ก่อให้เกิดหนี้สินแก่เกษตรกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

การศึกษาการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรในรูปแบบบ้านพักโฮมสเตย์ กรณีศึกษาท่าด่านโฮมสเตย์ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก ในด้านศักยภาพ ประกอบด้วย ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศักยภาพด้านการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ พบว่า ในองค์ประกอบด้านพื้นที่ ท่าด่านโฮมสเตย์เป็นการรวมกลุ่มของเกษตรกร 11 ครัวเรือน มีประชนกลุ่ม คือนายประดิษฐ์ สุขมณฑา เป็นศูนย์กลางในการติดต่อประสานงาน ตั้งอยู่บนพื้นที่สวนผลไม้ 150 ไร่ และรายล้อมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพหลายประเภท สามารถเปิดให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์ได้ 6 ครัวเรือน รองรับนักท่องเที่ยวได้รวม 50-60 คน ส่วนในการพักแบบเดย์นั้น สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 120-150 คน โดยมีไฟฟ้าใช้ทุกครัวเรือน มีน้ำบาดาลใช้ในการอุปโภคและบริโภค มีโทรศัพท์บ้านบางครัวเรือน ไม่มีโทรศัพท์สาธารณะ สถานที่ตั้งอยู่พื้นที่ห่างไกลสถานที่ต่าง ๆ มีร้านขายของฝาก และร้านอาหารให้แก่ักท่องเที่ยว ท่าด่านโฮมสเตย์สามารถเข้าถึงโดยรถยนต์ส่วนบุคคล หรือใช้บริการรถรับจ้างซึ่งทางท่าด่านโฮมสเตย์ก็มีการบริการทางด้านนี้ด้วย องค์ประกอบด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม พบว่า มีการกำจัดขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ทำความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอโดยสมาชิกกลุ่มเกษตรกรร่วมมือกันดูแลในพื้นที่ส่วนรวม ด้านองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมนั้น ท่าด่านโฮมสเตย์มีการจัดกิจกรรมด้านการเกษตรและกิจกรรมนันทนาการที่หลากหลาย ส่วนในองค์ประกอบด้านองค์กรชุมชน เป็นการรวมกลุ่มเกษตรกร โดยสมาชิกได้รับประโยชน์จากการเปิดบ้านพักแก่นักท่องเที่ยว และสามารถนำผลิตภัณฑ์ของตนมาจัดจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ไม่เฉพาะสมาชิกกลุ่มเท่านั้น แต่ชาวบ้านในบริเวณนั้นก็ยังสามารถนำสินค้ามาจัดจำหน่ายได้เช่นเดียวกันโดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใด ๆ

ท่าด่านโฮมสเตย์มีสิ่งที่แสดงเป็นเอกลักษณ์ คือ วิถีความเป็นชีวิตชาวบ้านดั้งเดิม มีความเป็นอยู่แบบชนบท มีพืชพันธุ์ที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวชมได้ตลอดปี ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ใช้บริการหลากหลาย ด้านสภาพแวดล้อมและด้านคุณภาพเพิ่ม มีแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจหลายประเภทอยู่โดยรอบ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร และที่สำคัญ คือ ด้านที่พัก มีการจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ โดยบ้านพักมีโครงสร้างที่มั่นคงแข็งแรง การถ่ายเทอากาศ แสงสว่างได้อย่างสะดวก ไม่มีกลิ่นอับ มีเอกสารเป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเช่าบ้านเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนักท่องเที่ยวไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่นอนและเครื่องนอนครบครันในห้องพัก มีการดูแลทำความสะอาด และความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายใน และภายนอกบ้านพักอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการกำจัดขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ โดยเจ้าของบ้านแต่ละหลังจะเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบบริเวณบ้านของตนเอง ด้านอาหารและโภชนาการมีอาหารที่ปรุงสะอาด ถูกหลักโภชนาการ ภาชนะที่ใช้สะอาด และปลอดภัย มีน้ำดื่ม น้ำใช้ที่สะอาด ด้านความปลอดภัยทางกลุ่มไม่มีการจัดเวรยามเพื่อดูแลความปลอดภัย แต่มีการเตรียมความพร้อมในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเมื่อนักท่องเที่ยวเจ็บป่วยเพียงเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ในด้านการจัดการนั้น นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าพักก็สามารถติดต่อจองห้องพักล่วงหน้าโดยตรงกับประธานกลุ่ม และด้านการส่งเสริมการตลาดนักท่องเที่ยวสามารถรับทราบข่าวสารการท่องเที่ยวของท่าด่าน โสมสเคย์ได้จากเอกสารที่ทางกลุ่มจัดทำขึ้นเอง หรือเอกสารของหน่วยงานรัฐ รวมถึงเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เผยแพร่ข้อมูลท่าด่าน โสมสเคย์ ผลการศึกษาสรุปได้ว่าท่าด่าน โสมสเคย์มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และศักยภาพด้านการจัดที่พักแบบโฮมสเคย์ ซึ่งตอบข้อสมมติฐานข้อแรกได้ว่ากลุ่มมีความเหมาะสมในการดำเนินการรูปแบบโฮมสเคย์ต่อไป

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พบว่าท่าด่าน โสมสเคย์มีจุดแข็ง คือ มีการดำรงชีวิตแบบชาวบ้านดั้งเดิม ความเป็นมิตรไมตรี และยอมรับคนต่างถิ่นสูง มีสวนผลไม้ที่มีความหลากหลายหมุนเวียนตลอดปี มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรายล้อม ซึ่งเอื้อต่อการทำกิจกรรมได้หลายประเภท เนื่องจากการรวมกลุ่มของเกษตรกรจึงได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐ ในการประชาสัมพันธ์ทำให้มีรายชื่อในคู่มือการท่องเที่ยวโฮมสเคย์ ส่วนด้านจุดอ่อนนั้น พบว่า การเดินทางเข้าสู่ท่าด่าน โสมสเคย์สำหรับผู้ที่ไม่มีรถส่วนตัวยังต้องใช้บริการรถรับจ้าง ในการดำเนินงานนั้นกลุ่มฯ ยังไม่มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน และขาดการประสานงานที่ดีระหว่างสมาชิก ประกอบกับการจัดเก็บข้อมูลยังไม่เป็นระบบ จึงทำให้เกิดความสับสนเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาพักพร้อมกันหลายกลุ่ม ในอนาคตอันใกล้จะมีการเปิดเขื่อนท่าด่านเป็นแหล่งท่องเที่ยวพร้อมกันนี้มีการขยายถนนสายหลักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับท่าด่าน โสมสเคย์ อย่างไรก็ตาม โฮมสเคย์แห่งนี้ก็ยังคงพบกับอุปสรรค คือ ไม่มีสถานที่อำนวยความสะดวก ไม่มีรถโดยสารประจำทางผ่าน รวมถึงกิจกรรมบางประเภทสามารถทำได้ในบางฤดูกาลเท่านั้น

การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาด พบว่ากลุ่มเกษตรกรท่าด่าน โสมสเคย์มีผลิตภัณฑ์หลัก คือ การให้บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและที่พักแบบโฮมสเคย์ ผลิตภัณฑ์รอง คือ ผลผลิตทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร การกำหนดราคาแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การกำหนดราคาที่พักแบบโฮมสเคย์ใช้การตั้งราคาตามคู่แข่ง ส่วนราคากิจกรรมนันทนาการและอาหารใช้การตั้งราคาแบบยืดหยุ่นได้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ท่าด่าน โสมสเคย์มีหลายกลุ่ม ได้แก่ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มนักศึกษา กลุ่มครอบครัว กลุ่มอาจารย์ และนักเรียนที่เดินทางมาเข้าค่าย และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัททัวร์ โดยกลุ่มลูกค้าหลัก คือ กลุ่มครอบครัวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นประจำ กลุ่มลูกค้ารอง คือ กลุ่มนักศึกษาที่ให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ลูกค้าทั้ง 2 กลุ่มนี้มีฐานะทางเศรษฐกิจปานกลาง ต้องการการบริการแบบเรียบง่าย ราคาถูก ไม่ต้องการเอาใจใส่มากนัก เนื่องจากทำด้านโฮมสเตย์มีจุดเด่น คือ มีวิถีชีวิตชาวบ้านดั้งเดิมที่เรียบง่าย ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีจึงเป็นไปตามความเหมาะสมต่อการดำรงชีวิต และเงินทุนของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรที่มีอย่างจำกัด ทางด้านช่องทางจัดจำหน่ายทำได้โดยติดต่อของห้องพักโดยตรงกับประธานกลุ่มซึ่งเป็นการจัดจำหน่ายทางตรง และการส่งเสริมการตลาดของทำด้านโฮมสเตย์จะใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งจัดทำโดยหน่วยงานรัฐ หรือกลุ่มเกษตรกรจัดทำขึ้นเอง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และส่วนผสมทางการตลาด สามารถมาเขียนแผนธุรกิจของทำด้านโฮมสเตย์โดยมีผลิตภัณฑ์หลัก คือ การให้บริการที่พักแบบโฮมสเตย์โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายคือกลุ่มลูกค้าประเภทครอบครัว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มเกษตรกรมากที่สุด และกลุ่มลูกค้านักศึกษา ในการจัดทำแผนธุรกิจมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทำด้านโฮมสเตย์มีการดำเนินธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ที่ยังคงความเป็นวิถีชีวิตชาวบ้านแบบชนบท โดยสมาชิกภายในกลุ่มมีความร่วมมือกัน ในการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตท้องถิ่น จากแนวความคิดดังกล่าวจึงนำมาสู่การวางแผนการตลาดเพื่อรักษาลูกค้านักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวกลุ่มเดิม และเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้านักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ กล่าวคือในห้องพักนักท่องเที่ยวไม่ควรเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเกินความจำเป็น เน้นความเรียบง่าย มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มลูกค้า ในด้านการกำหนดราคาทางกลุ่มจะใช้กลยุทธ์ขายสินค้าและบริการโดยผนวกเข้ารวมกันเป็นกลุ่มสำหรับราคาที่พัก ส่วนราคากิจกรรมและราคาอาหารมีการกำหนดราคาแบบยืดหยุ่นได้ และควรมีการขยายช่องทางจัดจำหน่ายโดยรับจองที่พักผ่านทางบริษัททัวร์และเว็บไซต์ของกลุ่ม อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าจะมีหน่วยงานรัฐเข้ามาช่วยเหลือให้การสนับสนุนด้านต่าง ๆ แต่ทางทำด้านโฮมสเตย์ก็ควรทำการประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองเพื่อเป็นการเจาะตลาดให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นอกจากนี้ ในด้านการบริหารก็ต้องมีการปรับปรุง คือแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละคนให้ชัดเจน และไม่ควรรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่มา พร้อมกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ จะทำให้บุคลากรไม่เพียงพอในการต้อนรับนักท่องเที่ยว และสมาชิกกลุ่มเกษตรกรผู้เป็นเจ้าของบ้านควรมีการต้อนรับลูกค้าที่ประธานกลุ่มจัดมาให้ในด้านต่าง ๆ อย่างเต็มที่ รวมถึงการดูแลทำความสะอาดภายใน และภายนอกบริเวณบ้านอย่างสม่ำเสมอ ประธานกลุ่มต้องรับผิดชอบ และมีการจัดทำรายละเอียดด้านการเงินและบัญชีด้วย นอกจากการเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์กลางในการติดต่อประสานงาน ทางทำदान โสมสเดย์ไม่จำเป็นต้องลงทุนในการปรับปรุงด้าน วัตถุประสงค์ และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ แต่ต้องทำการปรับปรุงด้านบุคลากรในส่วนใหญ่

จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน สภาพแวดล้อมภายนอก ส่วนผสมทางการตลาด และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นของจังหวัดนครนายก ทำให้ตอบสนองมติฐานข้อที่สองได้ว่า กลุ่มสามารถพัฒนาเพื่อเพิ่มพูนรายได้ให้แก่สมาชิกในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาจึงมีการจัดทำแผนธุรกิจขึ้น หากเกษตรกรสามารถดำเนินการได้ตามแผนที่กำหนดก็จะทำให้สามารถจัดการที่พักแบบโสมสเดย์ได้ต่อไปในอนาคต เป็นการเพิ่มพูนรายได้ให้แก่เกษตรกรนอกเหนือจากการทำสวนผลไม้เพียงอย่างเดียว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษา เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรดำเนินงาน โดยใช้เงินลงทุนที่มีอยู่ของสมาชิก และต้องมีการคงความเป็นเอกลักษณ์ คือ วิถีชีวิตแบบชนบท ดังนั้นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสิ่งอำนวยความสะดวก หรือการปรับปรุงที่พักควรอยู่ในขอบเขต และเป็นไปตามความเหมาะสมของเกษตรกรภายในกลุ่ม นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มควรให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามแผนธุรกิจ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนรายได้แก่เกษตรกรสมาชิก ซึ่งทำให้ทำदान โสมสเดย์สามารถดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวในรูปแบบโสมสเดย์ต่อไปได้ในอนาคต

ในการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพื่อทำการประเมินประสิทธิภาพของแผนธุรกิจ และทำการศึกษาเพื่อเจาะไปยังตลาดเป้าหมายกลุ่มอื่น ๆ ที่มีความต้องการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539. เอกสารประกอบการสัมมนา. เรื่องพัฒนาท่องเที่ยวไทยใน
ทิศทางที่ยั่งยืน ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2544. แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย.
กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546. แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย.
กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2547. สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก.
กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2542. การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และคณะ. 2546. การตลาดรุ่งมั่งสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ด
ยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2541. ผลการวิจัยการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการอนุรักษ์ป่าและระบบนิเวศเพื่อ
แก้ปัญหาภัยแล้ง. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ฐณผการจ คงอินทร์. 2545. การศึกษาศักยภาพชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพื่อการพัฒนา
แบบยั่งยืนกรณีบ้านนาดิน ตำบลอ่าวนาง อำเภอมือเมือง จังหวัดกระบี่.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ดารุณี บุญธรรม. 2543. ศักยภาพชุมชนมั่งในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา บ้านน้ำคะ
ตำบลผาซำน้อย อำเภอปาง จังหวัดพะเยา. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.

เอกสารนี้เป็นมหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เป็นการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เดชา ได้สูงเนิน. 2543. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตร: กรณีศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทศพร ศิริสัมพันธ์. 2540. การวางแผนเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด.

นำชัย ทนุผล. 2545. การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนบ้านโป่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. จุลสารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 21(มกราคม-มีนาคม 2545): น. 45-55.

นงลักษณ์ อยู่เย็นดี. 2546. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความชอบในการเข้าร่วมกิจกรรมโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นพดล กรุดนาค. 2540. การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาหมู่เกาะพีพี จังหวัดกระบี่. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บุญทัน ดอกไธสง. 2535. การจัดการองค์การ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2542. การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

พรหมเมธ นาดมทอง. 2540. กระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครนายก. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภราเดช พัทฒวิเชียร. 2542. การวางแผนตลาดการท่องเที่ยว. (ไม่ระบุสำนักพิมพ์)

มธุรส ปราบไพร. 2544. สักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว กรณีชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์

เอกสารนี้เป็นปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล. การเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มนัส สุวรรณ. 2538. นิเวศวิทยากับการพัฒนาเศรษฐกิจ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียน สโตร์.

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. 2542. “โฮมสเตย์ ฟาร์มสเตย์ ธุรกิจบริการจากเจ้าบ้านที่ดี”. จุลสารการท่องเที่ยว. (เมษายน 2542): น.24.

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. 2544. “การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท”. อนุสาร อสท. 41 (กรกฎาคม 2544): น.118-119.

วินิจ วีรยางกูร. 2532. การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2539. องค์การและการจัดการ. กรุงเทพมหานคร: วิถีชีวิตวัฒนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2542. การบริหารเชิงกลยุทธ์ (ฉบับมาตรฐาน). กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธีระฟิล์ม และโซเท็กซ์ จำกัด.

สุกานดา ฟองย้อย. 2546. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงชุมชนของชุมชนชาวไทย หมู่บ้านโคกโค้ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2542. รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อการรักษาระบบนิเวศ (Ecotourism) เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2543. รายงานชั่วคราวการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism). กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สุพัตรา กลัปดี. 2545. การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: ศึกษาเฉพาะกรณีการท่องเที่ยวที่ตลาดริมน้ำ
ดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ. 2540. ศักยภาพ และเครือข่ายผู้นำท้องถิ่น: คู่มือ และทิศทางการ
พัฒนาผู้นำชาวบ้าน เพื่อแก้ปัญหาในชนบท. ขอนแก่น: สถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สมนึก ปัญญาสิงห์. 2532. การพัฒนาชุมชน. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สมศักดิ์ เตชะเอราวัณ. 2544. การจัดการธุรกิจบ้านพักแบบชุมชนมีส่วนร่วมกรณีศึกษาบ้านแม่คำ
ปอง กิ่งอำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สร้อยดี อาสาสรรพกิจ. 2542. การศึกษาเพื่อหาปัจจัยในการกำหนดความพร้อมของผู้ประกอบ
ธุรกิจ นำเที่ยวเชิงนิเวศน์ภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2547. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9.
กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

อรทัย อาจอ่ำ. 2543. การพัฒนาคุณภาพชีวิต และสังคมไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย.

อรุณ รักรธรรม. 2547. ทฤษฎีองค์การ: ศึกษาเชิงมนุษยสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร: สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อิทธิพล ไทยกมล. 2545. ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
กรณีศึกษาชุมชนตำบลบางหญ้าแพรก จังหวัดสมุทรสาคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์

เอกสารนี้เป็นปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. การศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อุไรพรรณ ปรารงค์อุดมทรัพย์. 2544. ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์ กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญา
โท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อุไรวรรณ เปี่ยมนิเวศน์. 2544. การจัดการด้านสื่อความหมายและสิ่งอำนวยความสะดวกของ
ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษาอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร.
กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

แบบสัมภาษณ์ประธานกลุ่มเกษตรกร

เรื่อง การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตร:
กรณี ทำด่านโฮมสเตย์ ตำบลหินตั้ง อำเภอเมือง จังหวัดนครนายก

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบคำถาม

1. ชื่อ.....
2. เพศ
1 ชาย 2 หญิง
3. อายุ.....ปี
4. สถานภาพ
1 โสด 2 สมรส
5. ระดับการศึกษา
1 ประถม 2 มัธยม 3 ปวช. 4 ปวส.
5 ปริญญาตรี 6 อื่น ๆ โปรดระบุ.....
6. อาชีพ
1 เกษตร 2 ค้าขาย 3 รับจ้าง
4 ราชการ 5 อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นที่มีต่อสภาพปัจจุบันและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว

1. ใครเป็นผู้เริ่มจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรทำด่านโฮมสเตย์.....
.....
2. ใครเป็นผู้รับผิดชอบ.....
.....
3. ประเด็นความพร้อมของกลุ่ม.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ประเด็นความพร้อมของสิ่งแวดล้อม.....

.....

5. ความตั้งใจและสภาพความสวยงาม

5.1 หมู่บ้านมีความสวยงาม สถาปัตยกรรม.....

.....

5.2 แหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ.....

.....

5.3 วิถีชีวิตชาวสวน.....

.....

5.4 ความหลากหลายทรัพยากรท่องเที่ยวด้านแปรรูปผลผลิต.....

.....

5.5 ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านการสาธิต.....

.....

5.6 ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวด้านกิจกรรม.....

.....

6. ความสะดวกสบายในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

6.1 สภาพของคนที่ย้ายไปยังแหล่งท่องเที่ยว.....

.....

6.2 ที่ตั้งอยู่ใกล้ถนนสายหลัก-รอง.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 6.3 ความสะดวกในการใช้ยานพาหนะ.....
.....
.....
- 6.4 ความชัดเจนของป้ายบอกทาง.....
.....
.....
- 6.5 บริการของรถโดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยว.....
.....
.....
- 6.6 บริการข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว.....
.....
.....
7. ความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว
- 7.1 สถานที่จอดรถ/ลานจอดรถ/ที่กักเก็บรถ/ป้าย.....
.....
.....
- 7.2 บริการห้องพัก (จำนวนคน/หลังคาเรือน).....
.....
.....
- 7.3 บริการอาหาร เครื่องดื่ม (จำนวนร้านค้า).....
.....
.....
- 7.4 บริการห้องน้ำ สุขา (แยกชาย/หญิง).....
.....
.....
- 7.5 บริการโทรศัพท์.....
.....
.....
- 7.6 ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยวและบริการมัคคุเทศก์.....
.....
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. ความพร้อมของบุคลากรและการจัดการในพื้นที่

8.1 จำนวนสมาชิกกลุ่มด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่.....

.....

8.2 ความรู้ความเข้าใจของสมาชิกกลุ่มต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร.....

.....

8.3 ความรู้ความเข้าใจของสมาชิกกลุ่มต่อการให้บริการที่พักโฮมสเตย์.....

.....

8.4 ศูนย์บริการข้อมูลฝ่ายประชาสัมพันธ์.....

.....

8.5 การสื่อความหมายและระบบการให้ความรู้.....

.....

8.6 จำนวนวิทยากรให้ความรู้.....

.....

9. การมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในท้องถิ่น

9.1 การมีส่วนร่วมในการจำหน่ายสินค้าเกษตร.....

.....

9.2 ส่วนร่วมในการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น.....

.....

9.3 ส่วนร่วมในการรับการส่งเสริมพัฒนาอาชีพ.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9.4 ส่วนร่วมในการควบคุมพื้นที่ ปฏิบัติตามกฎระเบียบชุมชน.....

.....

9.5 การจ้างงาน/ลูกจ้าง.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านความคิดต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยว

1. ความสามารถในการรองรับของพื้นที่

1.1 การรองรับของขนาดพื้นที่ต่อนักท่องเที่ยวปัจจุบัน.....

.....

1.2 กิจกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ.....

.....

1.3 ความเหมาะสมของวันในการเปิดให้บริการ.....

.....

2. ข้อจำกัดของพื้นที่ ที่อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว

2.1 ความยากในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว.....

.....

2.2 ข้อจำกัดด้านเวลาในการเที่ยวชม.....

.....

2.3 ความสามารถในการติดต่อประสานงาน.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.4 ความเคร่งครัดของกฎระเบียบในพื้นที่.....

- 2.5 การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว.....

3. ปัญหาที่คาดว่าจะเกิดผลกระทบต่อนักท่องเที่ยว
- 3.1 ทำให้เกิดเสียงดังรบกวนในพื้นที่.....

- 3.2 ทำให้เกิดขยะและความสกปรก.....

- 3.3 ทำให้เกิดการลู่ล่าพื้นที่หวงห้าม และเกิดความเสื่อมโทรม.....

- 3.4 ทำให้เกิดการแย่งแหล่งน้ำ สิ้นเปลืองน้ำ.....

- 3.5 ทำให้ทัศนียภาพ และความสวยงามของสถานที่ลดลง.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสัมภาษณ์สำหรับ Host Family

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

1. ชื่อ.....นามสกุล.....
2. อายุ.....เพศ.....
3. อาชีพหลัก.....อาชีพเสริม.....
4. ระยะเวลาที่อยู่ในกลุ่ม.....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน/ปี.....
6. การศึกษาสูงสุด.....
7. คนในครอบครัวของท่านสามารถใช้ภาษาต่างประเทศได้หรือไม่.....
ถ้าได้โปรดระบุ (ภาษา).....

ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจของกลุ่มต่อการเป็นโฮมสเตย์

1. ท่านเคยได้ยิน หรือรู้จัก “บ้านพักแบบโฮมสเตย์” หรือไม่
1 เคย/รู้จัก 2 ไม่เคย/ไม่รู้จัก
2. หากเคย/รู้จัก ท่านรู้จากแหล่งใด
1 วิทยู 2 โทรทัศน์ 3 หนังสือพิมพ์
4 นิตยสาร 5 เพื่อน, คนรู้จัก 6 บริษัทนำเที่ยว 7 อื่น ๆ ระบุ.....
3. ท่านคิดว่าบ้านพักแบบโฮมสเตย์เป็นอย่างไร.....
4. การมีบ้านพักแบบโฮมสเตย์ในชุมชนของท่าน ท่านคิดว่าจะมีผลดี/ผลเสียต่อชุมชนของท่านอย่างไร.....
.....
5. ท่านสามารถให้นักท่องเที่ยวพักในครอบครัวของท่านได้นานเท่าใด.....
.....
6. ท่านอยากให้นักท่องเที่ยวเพศใดพักในครอบครัวของท่านเพราะเหตุใด
1 ชาย เพราะ.....
2 หญิง เพราะ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ท่านอยากให้นักท่องเที่ยวอายุเท่าใดพักในครอบครัวของท่านเพราะเหตุใด.....
.....
8. ท่านอยากให้นักท่องเที่ยวพักในครอบครัวของท่านได้ครั้งละ.....คน
9. ท่านอยากให้นักท่องเที่ยวอาชีพใดพักในครอบครัวของท่าน.....
.....
10. ระหว่างนักท่องเที่ยวพำนักกับท่าน ท่านเตรียมกิจกรรมใดบ้างให้กับผู้มาเยือน.....
.....
11. หากนักท่องเที่ยวขอร้องให้ท่านถ่ายทอดความรู้ ท่านยินดีหรือไม่.....
.....
12. หากผู้มาเยือนไม่เคารพกฎ ประเพณี วัฒนธรรมอันดีงามท่านจะทำอย่างไร.....
.....
13. ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของท่าน เดือนละ.....ครั้ง ปีละ.....ครั้ง
ช่วงใดที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด.....
เพราะเหตุใด.....
14. หากมีนักท่องเที่ยวในจำนวนที่จำกัดต้องการพักในครอบครัวของท่าน ท่านจะมีส่วนร่วมในการจัดการที่พักอย่างไร ในการจัดนักท่องเที่ยวให้กับครอบครัวต่าง ๆ
.....
15. ท่านคิดว่ากลุ่มของท่านมีความพร้อมให้บริการนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักในบ้านพักแบบโฮมสเตย์ หรือไม่ เพราะเหตุใด.....
.....
16. ท่านคิดว่ากลุ่มของท่านยังไม่พร้อมที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวในเรื่องใด ท่านคิดว่ากลุ่มของท่านควรมีการพัฒนาปรับปรุง แก้ไขอย่างไร ในการรองรับนักท่องเที่ยว.....
.....
17. จุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มเกษตรกรทำค่านโฮมสเตย์ ได้แก่อะไร.....
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาดเห็นนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ข้อมูลเพื่อการศึกษาการจัดการโฮมสเตย์ของกลุ่มเกษตรกรทำค่านโฮมสเตย์

1. ความเป็นมาของกลุ่ม.....
.....
.....
2. ท่านเป็น Host family มานานเท่าใด.....
3. นักท่องเที่ยวที่มาพักกับท่านส่วนใหญ่มาจากประเทศ.....อายุ.....ปี
4. นักท่องเที่ยวเหล่านั้นมีการกลับมาอีกหรือไม่.....
5. นักท่องเที่ยวเหล่านั้นสร้างปัญหาอะไรให้กับครอบครัวของท่านหรือไม่ และมีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไร.....
.....
6. ท่านมีวิธีเลือกนักท่องเที่ยวอย่างไร.....
.....
7. ใครเป็นผู้หานักท่องเที่ยวให้ท่าน.....
.....
8. ท่านเรียกเก็บเงินค่าที่พัก/อาหารจากนักท่องเที่ยวหรือไม่.....
.....
9. ท่าน/กลุ่มของท่านที่เป็น Host เรียกเก็บเงินค่าบริการที่พัก/อาหาร เป็นมาตรฐานเดียวกันหรือไม่.....
.....
10. ระหว่างที่นักท่องเที่ยวพักในกลุ่ม/ครอบครัวของท่าน ท่านมีบริการ มีกิจกรรมอะไรให้นักท่องเที่ยวทำบ้าง และกิจกรรมเหล่านั้นนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอย่างไรบ้าง.....
.....
.....
11. นักท่องเที่ยวมาพักในครอบครัวของท่านส่วนมากมาที่คืน..... โดยเฉลี่ยที่คืน.....
ภายใน 1 เดือน
12. เมื่อกลุ่มของท่านเป็น Host แล้วมีการเปลี่ยนแปลงอะไรบ้างในชุมชนของท่าน โดยเฉพาะในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม ประเพณี วัฒนธรรม.....
.....
.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ในบรรดา Host ในกลุ่มของท่านมีการประชุมจัดการเรื่อง โสมสเดย์บ้างหรือไม่ อย่างไร เช่น การจัดการด้านราคา สิ่งแวดล้อม

.....

14. ช่วงไหนที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวที่ทำด้าน โสมสเดย์มากที่สุด มาทำอะไรบ้าง

.....

15. ท่านมีวิธีการใดในการประชาสัมพันธ์ทำด้าน โสมสเดย์ของท่านให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยว

.....

ตอนที่ 4 ศึกษาสภาพแวดล้อมทางด้านกายภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ในรูปแบบ โสมสเดย์ของกลุ่มเกษตรกรทำด้านโสมสเดย์

1. ในปัจจุบันสามารถเดินทางเข้าสู่ทำด้าน โสมสเดย์ได้อย่างไรบ้าง

.....

2. ท่านคิดว่าถนนหนทางเข้าสู่ทำด้าน โสมสเดย์เป็นอย่างไร ควรมีการปรับปรุงหรือไม่

.....

3. ท่านคิดว่าป้ายต่าง ๆ เช่น บอทางเข้า ออก ที่กลับรถ ป้ายที่จอดรถ เป็นต้น มีพอหรือยัง หากไม่พอน่าจะมีอะไรบ้าง

.....

4. ในกลุ่มของท่านมีจุดแข็ง จุดเด่น จุดอ่อนอะไรบ้าง

.....

5. สิ่งอำนวยความสะดวกในทำด้าน โสมสเดย์เป็นอย่างไร

ไฟฟ้า.....

ประปา.....

โทรศัพท์.....

ร้านอาหาร.....

ความสะดวกในบ้านสำหรับนักท่องเที่ยว.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้ใช้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. การทำความสะอาด/การกำจัดขยะ ห้องน้ำ สุขอนามัยชุมชน

.....

.....

7. ในชุมชนของท่านมีรถโดยสารมากน้อยแค่ไหน มีสถานีอนามัยหรือไม่ หากนักท่องเที่ยวเจ็บป่วยขณะพักในท่าด่านโฮมสเตย์จะจัดการอย่างไร

.....

.....

8. ท่านคิดว่าควรมีการประชาสัมพันธ์ท่าด่านโฮมสเตย์ให้มีชื่อเสียงหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

9. หากมีการประชาสัมพันธ์และมีนักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้นกลุ่มของท่านมีการเตรียมการรองรับอย่างไรบ้าง

.....

.....

10. ท่านต้องการให้กลุ่มของท่านมีการจัดการโฮมสเตย์อย่างไร

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสัมภาษณ์สำหรับนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ภูมิหลังของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องคำตอบที่ต้องการ

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ.....ปี
3. สถานภาพสมรส
 - โสด สมรส หม้าย แยกกันอยู่
4. การศึกษาสูงสุด
 - ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น
 - มัธยมศึกษาตอนปลาย อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า
 - อนุปริญญาหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี
 - สูงกว่าปริญญาตรี
 - อื่นๆ (โปรดระบุ).....
5. อาชีพของท่านในปัจจุบัน
 - รับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขาย / ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 - เกษตรกรรม นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา
 - อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. รายได้ต่อเดือน.....บาท
7. ปัจจุบันท่านพำนักอยู่ในจังหวัด.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการเดินทางและกิจกรรมท่องเที่ยว

8. ท่านเคยเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบ โฮมสเตย์ (Homestay) มาก่อนหรือไม่ (ไม่นับรวมครั้งนี้)
 - เคย จำนวน.....ครั้ง
 - ไม่เคย

9. เพราะเหตุใดท่านเลือกพักที่ท่าด่านโฮมสเตย์

- เพราะต้องการสถานที่พักค้างแรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์ของกรมการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เพราะต้องการศึกษาสัมพัทธ์วิถีชีวิตเกษตรกร
- เพราะต้องการใกล้ชิดธรรมชาติ
- เพราะมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ
- อื่นๆ.....

10. ระยะเวลาการพักผ่อนจำนวน.....คืน

11. รูปแบบการพักผ่อนที่ท่านต้องการมากที่สุด

- ต้องการพักผ่อนร่วมกับชาวบ้านในครัวเรือนเดียวกัน
- ต้องการพักผ่อนโดยแยกที่พักออกมาแต่ยังอยู่ในบริเวณชุมชน
- อื่นๆ (ถ้ามี โปรดระบุ).....

12. กลุ่มในการเดินทางในครั้งนี้ของท่าน

- เดินทางมาคนเดียว กลุ่มเพื่อน
- กลุ่มครอบครัว /ญาติ กลุ่มผสมระหว่างเพื่อนและครอบครัว
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. จำนวนบุคคลที่ร่วมกลุ่มในการเดินทางครั้งนี้.....คน (รวมตัวท่านด้วย)

14. การเดินทางครั้งนี้ท่าน เดินทางมาด้วยตนเอง

เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว

15. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเข้า

- รถโดยสารปรับอากาศ รถประจำทาง
- รถยนต์ส่วนตัว รถจักรยานยนต์
- รถเช่า อื่นๆ (โปรดระบุ).....

16. ท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ท่านเดินทางมาครั้งนี้จากแหล่งใด (ตอบเพียงข้อเดียว)

- เพื่อน ข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ / วารสารการท่องเที่ยว
- บริษัทท่องเที่ยว ข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อินเทอร์เน็ต
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

17. ท่านคิดว่าจะกลับมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวนี้หรือแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้อีกหรือไม่

- กลับ ไม่กลับ ไม่แน่ใจ

18. ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของท่านสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว (เฉพาะกิจกรรมไฮมาสเตอร์ครั้งนี้)

ค่าอาหาร.....บาท ค่าที่พัก.....บาท

ค่ายานพาหนะ.....บาท ค่าซื้อของที่ระลึก / ของฝาก.....บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าทำกิจกรรมท่องเที่ยว.....บาท อื่นๆ (โปรดระบุ).....บาท

19. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านเลือกทำในการเดินทางครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> ศึกษาวิถีชีวิตชุมชน | <input type="checkbox"/> ดูนก | <input type="checkbox"/> ดูหิ่งห้อย |
| <input type="checkbox"/> เที่ยวน้ำตก | <input type="checkbox"/> เที่ยวถ้ำ | <input type="checkbox"/> เดินป่า |
| <input type="checkbox"/> ชมธรรมชาติ | <input type="checkbox"/> พายเรือ / นั่งเรือ | <input type="checkbox"/> ชมการทำเกษตร |
| <input type="checkbox"/> ตกปลา | <input type="checkbox"/> จี่จักกรยาน | <input type="checkbox"/> ชมแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... | | |

20. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ท่านคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวที่ท่านทำด้านโฮมสเตย์

- 1.....
- 2.....
- 3.....

ตอนที่ 3 ทรรศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อที่พักแบบโฮมสเตย์ของกลุ่มเกษตรกรทำด้านโฮมสเตย์

1. ท่านพอใจในความสวยงามของทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

2. ท่านคิดว่าราคาที่พักและอัตราค่าบริการต่างๆเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

3. ท่านคิดว่าทำด้านโฮมสเตย์สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีความสะดวกสบายเพียงใด

.....

.....

4. ท่านได้รู้จักพบปะติดต่อกับผู้คนใหม่ๆมากน้อยเพียงใด

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆมีความพอเพียงหรือไม่
อย่างไร

.....

.....

6. ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ท่านมีความพอใจมากน้อยเพียงใด

.....

.....

7. ท่านพอใจความเป็นมิตรไมตรี ความสุภาพอ่อนโยนของเจ้าของบ้านหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

8. ท่านพอใจความสะอาดของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ห้องน้ำ ที่พัก ฯลฯ
หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

9. ท่านได้ศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของเกษตรกรที่มีเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมากน้อย
เพียงใด อย่างไร

.....

.....

10. กลุ่มได้มีกิจกรรมการสาธิตที่น่าสนใจหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

11. ท่านพอใจกิจกรรมการท่องเที่ยวและ / หรือการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ
กิจกรรมล่องแก่ง ปั่นจักรยาน ฯลฯ หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

12. ท่านพอใจความสะอาดสบายของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ความคิดเห็น / ข้อเสนอแนะ / ปัญหาอุปสรรคของท่านต่อการท่องเที่ยว

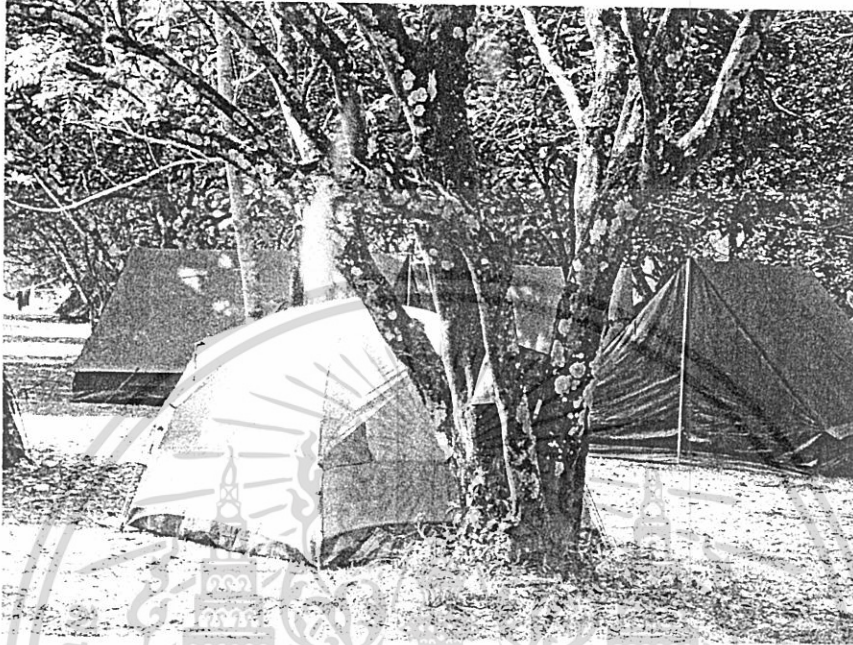
.....

.....



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพผนวก ข.

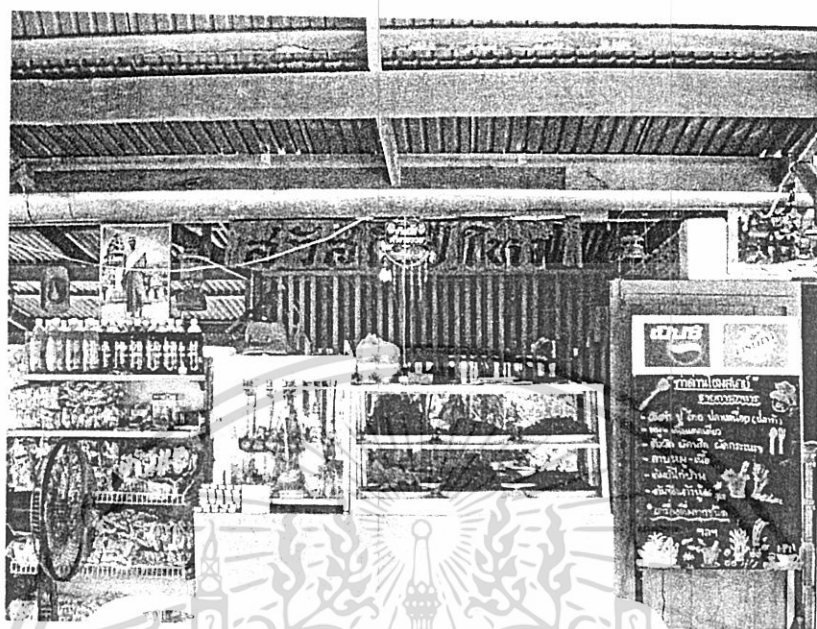


ภาพผนวกที่ 1 รูปแบบกิจกรรมการพักผ่อนแบบเต็นท์

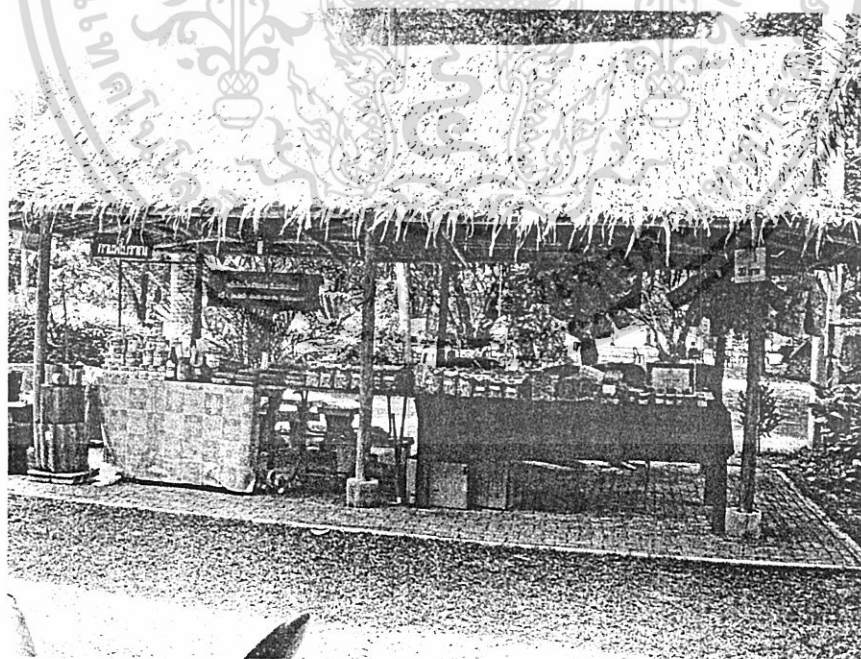


ภาพผนวกที่ 2 ถนนทางเข้าสู่ท่าด่าน โฮมสเตย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพผนวกที่ 3 ร้านอาหารภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



ภาพผนวกที่ 4 ร้านขายของฝากด้านหน้าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของท่าด่านโฮมสเตย์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพผนวกที่ 5 สวนผลไม้หลากหลายชนิด

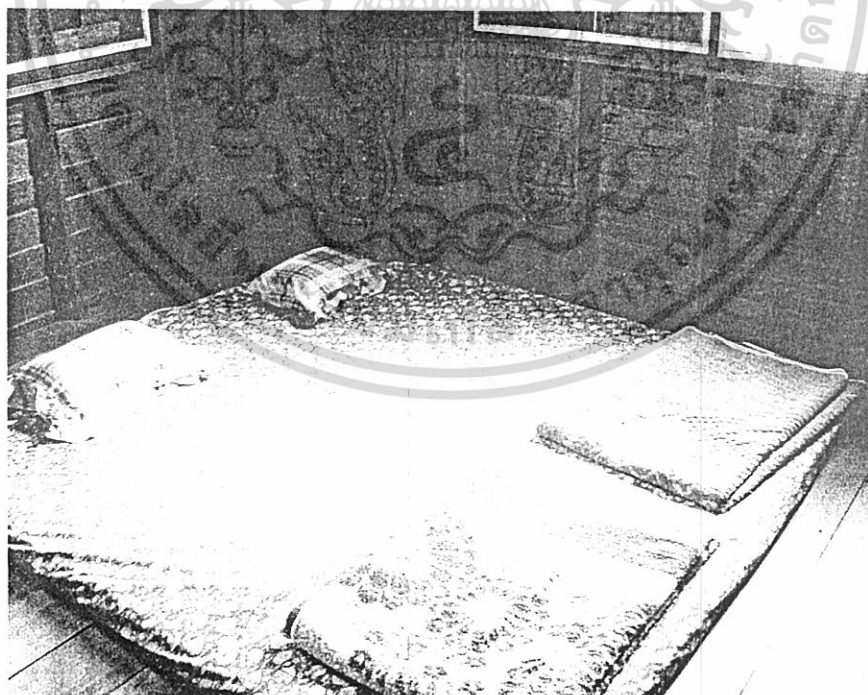


ภาพผนวกที่ 6 กิจกรรมการเก็บผลไม้ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพผนวกที่ 7 ที่พักแบบ โฮมสเตย์ในรูปแบบกิ่งสมัยใหม่



ภาพผนวกที่ 8 สภาพที่พักของนักท่องเที่ยวที่คงความดั้งเดิมไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้