Asian Creative Architecture, Art and Design: ACAAD. 2026, Vol. 39 No. 1
ISSN 3027-8201 (Online)

Research article

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านวังโหรา อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ด้านการท่องเที่ยว

A Study of Factors Influencing the Development of Accommodation in Ban Wang Hora Ecotourism Community, Danchang, Suphanburi towards Sustainability under the 13th National Economic and Social Development Plan for Tourism

พิมภัคคนิจ ปริสัญญุตานนท์[1]

Phimphakanit Parisanyutanon[1]

Received: 27 May 2025 | **Revised:** 23 September 2025 | **Accepted:** 24 September 2025

https://doi.org/10.55003/acaad.2025.280059

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยมียุทธศาสตร์ชาติมุ่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในระดับโลก การเพิ่มรายได้และการตระหนักรู้ด้านวัฒนธรรมและสังคมท้องถิ่นซึ่งสามารถต่อยอดธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติของท้องถิ่นอย่างยั่งยืน พร้อมมอบประสบการณ์ที่สร้างความถึงพอใจ กระตุ้นการใช้จ่าย และกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านวังโหรา อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว และการเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวผ่านการออกแบบที่พักและสิ่งแวดล้อมให้เหมาะสมกับอัตลักษณ์ของชุมชน และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ด้านการท่องเที่ยว โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบการวิเคราะห์เชิงประจักษ์จากพื้นที่จริง รวมถึงการสัมภาษณ์และการเก็บข้อมูลภาคสนาม

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ (1) การออกแบบที่พักที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ เช่น โดมทรงกลมหรือห้องพักรูปแบบโบกี้รถไฟ (2) ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก (3) รูปแบบกิจกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น (4) ความเข้าใจต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และ (5) การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ที่สร้างการมีส่วนร่วมและความสัมพันธ์ในระยะยาว โดยพบว่า ราคา ไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจจองที่พัก หากการออกแบบและบริการสามารถตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะกลุ่มได้

[1] สำนักบริหารหลักสูตรสถาปัตยกรรมสหวิทยาการนานาชาติ คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

[1] Architectural and Design Intelligence, School of Architecture, Art, and Design, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang

ผู้นิพนธ์ประสานงาน (Corresponding Author) อีเมล: phimphakanit.pa@kmitl.ac.th

การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนารูปแบบที่พักเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน ทั้งในมิติของคุณภาพชีวิตนักท่องเที่ยว และการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบการพัฒนาในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีศักยภาพเชิงวัฒนธรรมและภูมิสังคมคล้ายคลึงกัน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนท่องเที่ยว ความยั่งยืน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

Abstract

Thai tourism is a key driver of national economic and social development, with strategies focused on enhancing global competitiveness. It promotes income generation, cultural awareness, and sustainable preservation of local heritage, while improving community well-being and delivering experiences that foster spending and repeat visits.

For this reason, the objective of this research is to study the factors influencing the development of accommodation in Ban Wang Hora Ecotourism Community, Dan Chang, Suphan Buri. The focus is on creating positive experiences for tourists and enhancing tourism value through accommodation and environmental design that aligns with the community's unique identity. This approach corresponds with the 13th National Economic and Social Development Plan for Tourism. The study uses qualitative research methods supported by empirical analysis in the actual area, including interviews and field data collection.

The research findings reveal that the key factors influencing tourists' decisions in choosing accommodations include: (1) distinctive accommodation design such as dome-shaped structures or rooms modeled after train carriages, (2) a variety of amenities, (3) Activity offerings that reflect local lifestyles and culture, (4) Understanding tourists' behavior and needs, and (5) Promotional media that fosters engagement and long-term relationships. It is noteworthy that price is not the primary factor in accommodation booking decisions when the design and services effectively meet the target group's specific needs.

This study highlights a pathway for developing accommodation models that contribute to the sustainable growth of the eco-tourism industry in terms of tourist well-being and community income generation. The findings may serve as a model for development in other areas with similar cultural and socio-geographical potential.

Keywords: Ecotourism, Accommodation in Ecotourism Community, Tourism Community, Sustainability, the 13th National Economic and Social Development Plan

1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของนักท่องเที่ยวทุกระดับจากทั่วโลก และนับเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางหลักด้านการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยบทบาทสำคัญของการท่องเที่ยวด้านการสร้างรายได้ให้กับประเทศ นโยบายด้านการท่องเที่ยวจึงถูกบรรจุไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (NESDC, 2023) และยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและความยั่งยืนที่ระบุไว้ใน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ฉะนั้น การยกระดับภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ช่วยสร้างความสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน และการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันที่สูงขึ้นและสร้างรายได้ให้กับประเทศมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้ชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยในชุมชนสามารถเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และบริการได้ ภายใต้บริบทนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษารูปแบบที่พักใน ชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านวังโหรา อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นทางภูมิประเทศ วัฒนธรรม และระบบนิเวศ โดยเฉพาะการได้รับรางวัล "ป่าชุมชนดีเด่น ประจำปี 2564" ที่สะท้อนถึงความสำเร็จของชุมชนในการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีส่วนร่วมและยั่งยืน โดยการศึกษานี้มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบที่พักให้สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ และสอดคล้องกับกรอบแนวคิด “โมเดลอารมณ์ดี มีความสุข” (Happy Model) ซึ่งเป็นแนวทางภายใต้ แผนปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ (ฉบับปรับปรุง) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวและชุมชนผ่าน 4 องค์ประกอบ ได้แก่ กินดีอยู่ดี ออกกำลังกายดี และแบ่งปันสิ่งดี ๆ โดยผู้วิจัยคาดว่า ผลการศึกษาวิจัยนี้ อาจนำไปสู่การเสนอแนวทางการออกแบบที่พักที่ผสานอัตลักษณ์ท้องถิ่น การบริการที่สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการใช้สื่อประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวและสร้างความพึงพอใจจนเกิดการใช้จ่ายและกลับมาพักซ้ำ

2. คำถามการวิจัย

2.1 ปัจจัยสำคัญใดที่ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบที่พักซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านวังโหราฯ

2.2 การออกแบบที่พักและสิ่งแวดล้อมสามารถเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านวังโหราฯ ได้อย่างไร และการออกแบบดังกล่าว ส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชนและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวจนใช้จ่ายเพิ่มขึ้นและกลับมาใช้บริการซ้ำได้อย่างไร

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

3.1 เพื่อนำปัจจัยที่ได้จากการวิจัยไปใช้กำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีมาตรฐานด้านการท่องเที่ยว และสามารถส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

3.2 เพื่อสร้างเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชน และเพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการมากขึ้น และกลับใช้บริการซ้ำบ่อยขึ้นของนักท่องเที่ยว

3.3 เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงสำหรับนักวิจัยที่สนใจศึกษาต่อยอดในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการเชื่อมโยงระหว่างชุมชนและวัฒนธรรมในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้คัดเลือกพื้นที่วิจัยในย่านบ้านวังโหรา อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องด้วยเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทั้งในแง่ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และความเชื่อมโยงระหว่างชุมชนและวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นประเด็นสำคัญในการพัฒนาการเดินทางและท่องเที่ยวตามแผนกลยุทธ์หมุดหมายที่ 2 ของร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 – 2570 โดยการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายใต้ประเด็นดังกล่าวจำเป็นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยทั้งภายในและภายนอก

ประเทศ ทั้งนี้ จากสถานการณ์และแนวโน้ม รวมทั้งปัญหาในการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงท่องเที่ยวที่ผ่านมา พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว เช่น ที่พักและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในมิติของความสะอาดและปลอดภัย รวมถึง สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เป็นหนึ่งในเป้าหมายสำคัญของการท่องเที่ยวระดับประเทศที่จะต้องบรรลุ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกกลยุทธ์การพัฒนากิจกรรม สินค้า และบริการ การท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มสูง กลยุทธ์ย่อยที่ 1.1 ว่าด้วยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ในแผนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจฉบับปรับปรุง ที่สนับสนุนให้มีการรวบรวมองค์ความรู้และข้อมูลความหลากหลาย ทั้งทางภูมิศาสตร์ ชีวภาพ และวัฒนธรรม รวมถึงวิถีการดาเนินชีวิตในแต่ละท้องถิ่น ที่มีอัตลักษณ์ เพื่อนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นสินค้าและบริการสำหรับการท่องเที่ยวคุณภาพสูง ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ และยังสามารถสร้างประสบการณ์และคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว

4.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องการวิจัย

ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จำเป็นจะต้องมีการดำเนินงานเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมก่อนจะประกาศใช้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) เพื่อเป็นกรอบในการวางแผนการปฏิบัติงานทางราชการและการจัดทำงบประมาณให้มีความสอดคล้องกันในแต่ละระดับ ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการบูรณาการผลรวมที่แต่ละระดับสามารถสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างยั่งยืน จาก รูปที่ 1 จะเห็นได้ว่า แผนระดับที่ 2 ที่ประกอบด้วย แผนแม่บท แผนแม่บทเฉพาะกิจ แผนการปฏิรูปประเทศ นโยบายแผนระดับชาติ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่มีความสำคัญด้านความชัดเจนในการกำหนดทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาประเทศที่มุ่งเน้นการบรรลุผลภายในห้วงเวลาของแผน ทั้งยังเชื่อมโยงไปสู่เป้าหมายย่อยในมิติที่เกี่ยวข้องแต่ละด้าน โดยกระบวนการการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ประกอบที่ในอยู่มิติต่าง ๆ

หนึ่งในมิติที่หลากหลายของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่มีความสำคัญในฐานะเป็นส่วนหนึ่งในยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน คือ “ความหลากหลายทางการท่องเที่ยว” (รูปที่ 2) ที่มีเป้าหมายสำคัญในการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญด้านการท่องเที่ยวระดับสากลที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับให้เพิ่มขึ้น และมุ่งเน้นการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูงและการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพสูงขึ้น โดยใช้อัตลักษณ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นเป็นเครื่องมือในการสร้างความสอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มการตลาดยุคใหม่ เพื่อสร้างโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

รูปที่ 1 ความสัมพันธ์ของแผนการพัฒนาชาติแต่ละระดับ

Figure 1 Relationship between National Development Plans at Each Level

Source: Draft of the 13th National Economic and Social Development Plan 2023-2027 (NESDC, 2023)

รูปที่ 2 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561 – 2580)

Figure 2 20-Year National Strategy (2018 – 2037)

Source: National Science and Technology Development Agency (NSTDA, 2022)

จากมติของคณะรัฐมนตรีที่เห็นชอบให้มีการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG Model) นั้น สามารถจำแนกการพัฒนาเศรษฐกิจ 3 ส่วนที่มีความเชื่อมโยงกัน ออกได้เป็น เศรษฐกิจชีวภาพ Bio-economy) เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) และ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) โดยส่วนต่างๆ มาจากจุดแข็งของประเทศไทยที่สามารถนำไปต่อยอดในยุทธศาสตร์สำคัญ ที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวตามแนวคิด Bio-Circular-Green Economy หรือ BCG ที่มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ผ่านการชูอัตลักษณ์และคุณค่าของท้องถิ่น การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ผ่านการสร้างมาตรฐานทางการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงต้นทุนทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม โดยค่านิยมของ BCG นี้ เป็นต้นแบบในการนำไปสู่การท่องเที่ยวคุณภาพและขับเคลื่อน Happy Model หรือ โมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ซึ่งเป็นแนวคิดที่ปรับเปลี่ยนต้นทุนในการดูแลธรรมชาติและวัฒนธรรม มาเป็นการสร้างรายได้จากวัฒนธรรมและธรรมชาติอย่างยั่งยืน เน้นการท่องเที่ยวที่เชิงคุณภาพมากกว่าปริมาณ ซึ่งสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้นได้ พร้อมทั้งการทำให้เกิดการกระจายรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง โมเดลอารมณ์ดี มีความสุข นี้ เป็นกลไกในการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับเป็นสินค้าและบริการคุณภาพสูง หรือ นัยหนึ่ง คือ เป็นแนวทางการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูง (High Quality Tourism) ได้รับการพัฒนาโดยคณะกรรมการการท่องเที่ยวคุณภาพสูง หอการค้าไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และภาคเครือข่ายที่เกี่ยวข้องซึ่งตระหนักถึงศักยภาพของพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศที่มีความโดดเด่นทั้งทางด้านสินค้าและบริการที่แตกต่างกันไป ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ (รูปที่ 3)

1) กินดี (Eat Well) ได้แก่ การจัดการคุณภาพของอาหารและบริการที่มีคุณค่าทางโภชนาการและสุขอนามัยที่ดี และสามารถเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่นและรูปแบบเชิงวัฒนธรรม เช่น การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ที่อร่อย สะอาด ปลอดสารพิษ และมีประโยชน์ เป็นต้น

2) อยู่ดี (Live Well) คือ การจัดการคุณภาพการรองรับที่พัก สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกให้ได้มาตรฐานความปลอดภัย มีการบริการ และการดูแลสิ่งแวดล้อม ที่สามารถเชื่อมโยงคุณค่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นและรูปแบบเชิงวัฒนธรรม เช่น การมีที่พักที่ได้มาตรฐาน มีการบริการสัญญาณอินเตอร์เน็ต มีระบบการจัดการขยะและของเสียที่ได้มาตรฐาน และมีการบริการที่เหมาะสม เป็นต้น

3) ออกกำลังกายดี (Fit Well) คือ การจัดการและการออกแบบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้เกิดสุขภาวะที่ดี ด้วยกิจกรรมด้านกีฬาและการนันทนาการ รวมถึงการละเล่นพื้นบ้าน

4) แบ่งปันสิ่งดี ๆ (Give Well) ได้แก่ การจัดการการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการแบ่งปันทางสังคมระหว่างเจ้าบ้านในท้องถิ่นและผู้เยี่ยมเยียน กิจกรรมดังกล่าวได้แก่ กิจกรรมทางธรรมะ ธรรมชาติและการเกษตร วัฒนธรรม และกิจกรรมผจญภัย

รูปที่ 3 Happy Model: โมเดลอารมณ์ดี มีความสุข

Figure 3 Happy Model: Model of Good Mood and Being Happy

Source: National Competitiveness Enhancement Fund Management and Administration Unit (NBTC) (2023)

ทั้งนี้ การพัฒนาองค์ประกอบทั้งหมดข้างต้น จำเป็นจะต้องอาศัยการเพิ่มมูลค่าด้วยการร้อยเรียงเรื่องราวอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (Unique Storytelling) ที่สามารถสร้างความน่าสนใจ และความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการในการสร้างภาพจำให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการมีคุณภาพตลอดจนการรักษามาตรฐานที่ดี (Quality & Standard) ที่มุ่งเน้นความปลอดภัย สุขอนามัย และความเป็นธรรมกับนักท่องเที่ยว

จากการศึกษาค้นคว้าของผู้วิจัย พบว่า บ้านวังโหรา อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่อ่างเก็บน้ำลำตะเพิน ซึ่งเป็นเขตติดต่อของ 2 จังหวัด คือ อ.ด่านช้าง จ.สุพรรณบุรี และ อ.หนองปรือ จ.กาญจนบุรี บริเวณดังกล่าว มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติอย่างมาก กล่าวคือ แต่เดิมพื้นที่บ้านวังโหรานี้ปกคลุมด้วยป่าเต็งรังและป่าเบญจพรรณ บางส่วนเป็นป่าดิบชื้น แต่เมื่อป่าเริ่มเสื่อมโทรมลง ชาวบ้านจึงได้ร่วมกันจัดตั้งป่าชุมชน และได้ร่วมกันฟื้นฟูและอนุรักษ์ป่าแห่งนี้ จนป่าชุมชนของบ้านวังโหราสามารถบรรลุจุดประสงค์หลักของการให้คนอยู่ร่วมกับป่า นอกจากนี้ ทางชุมชนยังได้จดทะเบียนวิสาหชุมชนในปี 2562 เพื่อเปิดพื้นที่ของบ้านวังโหราเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยจัดให้มีกิจกรรมล่องแพเปียกชมพระอาทิตย์ตกดิน เล่นน้ำ ตกปลา กลางอ่างลำตะเพิน หรือ เดินป่าศึกษาธรรมชาติ และเก็บผักป่ามาประกอบอาหารประจำเดือนรับประทานร่วมกัน ทั้งยังมีกิจกรรมกางเต็นท์ และเล่าเรื่องรอบกองไฟ เพื่อบอกเล่า เรื่องราวของชุมชนให้กับนักท่องเที่ยวได้รับรู้และซึมซาบกับวัฒนธรรมท้องถิ่น

รูปที่ 4 ลานกิจกรรมที่ทำการป่าชุมชนและการท่องเที่ยวบ้านวังโหรา

Figure 4 Wang Hora Community Forest and Tourism Office Activity Space

นอกจากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ประเด็นสำคัญที่ควรคำนึงถึงควบคู่ไปกับการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สู่ความยั่งยืน คือ การเชื่อมโยงชุมชนกับนักท่องเที่ยว กล่าวคือ การให้ชุมชนสามารถได้รับผลประโยชน์โดยตรงผ่านการบริหารทรัพยากรในท้องถิ่น ไม่ว่า จะเป็นที่พักอาศัย หรือสถานที่ซึ่งทรงคุณค่า ควรค่ารักษา หรือนำเสนอต่อผู้เยี่ยมเยียน เพื่อนำไปสู่การสร้างเม็ดเงินทางเศรษฐกิจ ที่นำไปสู่การบูรณาการการท่องเที่ยว ตามแนวคิดการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรมและการบูรณาการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 (McKercher & Du Cros, 2002) แนวคิดการอนุรักษ์นี้เน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible cultural Heritage) ยกตัวอย่าง งานสถาปัตยกรรมที่ถือเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจระดับชุมชนไปจนถึงระดับชาติ (Richards & Wilson, 2006) ส่งผลให้เกิดแนวคิดว่า หลักการหนึ่งที่สำคัญในการท่องเที่ยว คือ การอนุรักษ์และการรักษาความสวยงามในทางกายภาพของโบราณสถาน หรือ สิ่งปลูกสร้างอื่นใด ด้วยเหตุนี้ ความนิยมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงแผ่ขยายไปเป็นความนิยมในการเข้าชมสิ่งปลูกสร้าง หรือ สถาปัตยกรรมที่มีชื่อเสียง ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ จากการวิเคราะห์เหตุดังกล่าว ตัวแปรหนึ่งในการวิจัยนี้ จึงเป็นเรื่องของการทำกิจกรรมทางสังคมที่ผู้เยี่ยมเยียนอาจเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมของชุมชน นอกเหนือจากการรักษาธรรมชาติ

ในกรณีของจังหวัดสุพรรณบุรีซึ่งเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวทั้งเชิงอนุรักษ์และเชิงวัฒนธรรม จากรากเหง้าทางภูมิประเทศและชาติพันธุ์ ทำให้เกิดเป็นอัตลักษณ์เชิงการท่องเที่ยวที่สะท้อนความเป็นไปได้ในการพัฒนาชุมชนที่มีพื้นฐานทางวัฒนธรรมและธรรมชาติให้สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของจังหวัดและของประเทศ ซึ่งหากจำแนกการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตามองค์ประกอบ (Danchani & Chesamath, 1995) เพื่อหาความสัมพันธ์และนำมาวิเคราะห์เพื่อส่งเสริมแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถจำแนกได้เป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่ยังดำรงไว้ซึ่งสภาพดังเดิมของระบบนิเวศ (first hand ecosystem) และวัฒนธรรมท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์ส่วนใหญ่ ปรากฏอยู่ในพื้นที่อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์ สัตว์ป่าและอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นแหล่งที่มีจุดเด่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (nature attractions) และตัดขาดจากโลกภายนอก (solitude) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะไม่ได้สัมผัสที่บ้าน นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวว่า หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมาย (destination) ของการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยว พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะมีทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ความดึงดูดใจ เหล่านั้นอาจเป็นความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง แต่อาจไม่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้น สภาพทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้ว ในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจึงหมายรวมถึงศักยภาพในการประกอบกิจกรรมของ

นักท่องเที่ยวด้วย โดยได้แบ่งแหล่ง ท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (nature destination) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (cultural destination) ซึ่งรวมเอาแหล่งท่องเที่ยวศาสนา ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี (historical, archaeological and regions destination) ไว้ด้วยกัน และแหล่งท่องเที่ยวศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณี (art, culture and traditional destinations) โดยสรุป ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นต้นทุนของแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน เพื่อรักษาสภาพแวดล้อม และใช้เป็นฐานในการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านประสบการณ์ นอกจากนั้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังสามารถใช้เชื่อมโยงกับทิศทางการออกแบบและการกำหนดการบริการเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น

2) นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภท ตามจิตสำนึกในการเคารพทรัพยากรท้องถิ่น และต้องการประสบการณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในเชิงลึก คือ

ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวแบบหัวกระทิ (hard-core nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะ ที่เที่ยวชมธรรมชาติ

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน (dedicated nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นเจาะจงไปเที่ยวสถานที่ ธรรมชาติโดยเฉพาะ เพื่อจะได้รู้ได้เข้าใจในธรรมชาติหรือประเพณีท้องถิ่น

ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก (mainstream nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปสถานที่แปลก ๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน เช่น ไปเยือนลุ่มน้ำอเมซอน (Amazon) อุทยานกอริลาในรวันดา (Rawanda Gorilla Park) หรือจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยวพิเศษ

ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส (casual nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตนได้เลือกไป

การนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ใช้นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นปัจจัยในการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อาจศึกษาผ่านพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ความสนใจ ความชอบ หรือความคาดหวังในกิจกรรมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกในที่พัก เพื่อนำไปกำหนดประโยชน์ใช้สอย (Programming) หน้าที่ใช้สอย (Function) ขนาดของพื้นที่ ตลอดจนเฟอร์นิเจอร์ และอุปกรณ์เครื่องใช้ในที่พัก

3) การตลาด

การตลาดนับเป็นส่วนสำคัญในการชักจูงนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยว โดยเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในเชิงการตลาดจะต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจนว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีลักษณะอย่างไร โดยการให้ข้อมูลและสิ่งที่คาดหวังจากการท่องเที่ยว (expectation) อย่างถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่า รูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะเช่นนี้เหมาะสม กับความสนใจ และตรงตามความต้องการของตนเองหรือไม่ และสามารถยอมรับกฎ หรือกติกาของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้หรือไม่

ดังนั้น การตลาดจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเลือกสรรประเภทและคุณภาพของนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมสนับสนุน การท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ (qualitative tourism) มากกว่าการท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ (quantitative tourism) อันจะเป็นหนทาง นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งส่วนใหญ่งานด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Danchani & Chesamath, 1995) อย่างไรก็ดี การตลาดสามารถนำมาใช้กำหนดกลยุทธ์ทางการสื่อสาร วิธีการประชาสัมพันธ์ และช่องทางทางการสื่อสาร เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เหมาะสม รวมทั้งสามารถดึงดูดและขยายกลุ่มเป้าหมายได้ในอนาคต

4) การบริการ

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องการบริการที่เน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร และการบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นท้องถิ่น เช่น บริการด้านสื่อความหมายธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในภาคบริการ ซึ่งได้แก่ การจัดที่พักที่สอดคล้องกลมกลืนกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น (ecolodge) เป็นมัคคุเทศก์นำทางในการเดินป่า เป็นต้น นอกจากนี้ การจำแนกกิจกรรมที่สอดคล้องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็มีความสำคัญในการกำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีมาตรฐาน และสามารถส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน รวมถึงการสร้างเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชน และนำไปใช้ส่งเสริมให้เกิดการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น โดย (Danchani & Chesamath, 1995) กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จะต้องมีเรื่องของการเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับธรรมชาติเข้ามาเกี่ยวข้อง กลุ่มกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงถูกแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ซึ่งมีทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริม คือ

1) กิจกรรมหลัก คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ecotourism activities) เน้นการเดินป่า (hiking/ trekking) กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ (nature education) กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ บันทึกเทปวีดีโอ เทปเสียงธรรมชาติ (nature photography video taping and sound of nature audio taping) กิจกรรมส่องสัตว์/ดูนก (animal/bird watching) กิจกรรมศึกษา/เที่ยวถ้ำ (cave exploring/ visiting) กิจกรรมศึกษา ท้องฟ้าและดาราศาสตร์ (sky interpretation) กิจกรรมล่องเรือศึกษาธรรมชาติ (boat sightseeing) กิจกรรมพายเรือแคนู (canoeing)/ เรือคะยัค (kayak) / เรือบด (row boating)/ เรือใบ (sail boating) กิจกรมดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น (snorkle or skiln diving) และกิจกรรม ดำน้ำลึก (scuba diving)

2) กิจกรรมเสริม คือ ท่องเที่ยวที่เน้นการได้ใกล้ชิดชื่นชมธรรมชาติ และกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการผจญภัยตื่นเต้นท้าทายกับธรรมชาติ (adventurous recreational activities) ได้แก่ กิจกรรมชม ทิวทัศน์ธรรมชาติในบรรยากาศที่สงบ (relaxing) กิจกรรมขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติ (terrain/ mountain biking) กิจกรรมปีน/ไต่เขา (rock/ mountain climbing) กิจกรรมพักแรมด้วยเต้น (tent camping) กิจกรรมเครื่องร่อนขนาดเล็ก (hang glider) กิจกรรม ล่องแพยาง/ไม้ไผ่ (white water rafting) กิจกรรมพักผ่อนรับประทานอาหาร (picnicking) กิจกรรมเที่ยวน้ำตก (waterfall visits/ exploring) และ กิจกรรมวินด์เซิร์ฟ (wind surfing) ทั้งนี้ กิจกรรมดังกล่าวจะต้องเป็นกิจกรรมที่สอดคล้องและไปด้วยกันได้ดีกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กล่าวคือ เป็นกิจกรรมที่กระทำในพื้นที่ธรรมชาติ มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มต่อกิจกรรม ทั้งนี้ เพื่อไม่สร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ

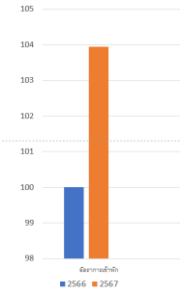
การบริการสามารถนำใช้ประเมินคุณภาพตามมาตรฐานการบริการของหน่วยงานระดับชาติหรือนานาชาติที่ได้รับการรับรอง เพื่อเป็นหลักฐานในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้มาพักว่า จะได้รับบริการที่มีคุณภาพ รับความปลอดภัย ความรู้สึกเป็นมิตร และได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวหรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนตามที่คาดหวัง

5. วิธีการวิจัย เครื่องมือวิจัย และระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มีระเบียบวิธีวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case Study) ตามแนวคิดของ Stake (1995) ซึ่งเน้นการอธิบายเรื่องราวเฉพาะของผู้คนและสถานที่ เพื่อนำมาศึกษาเปรียบเทียบ และสะท้อนความสอดคล้องของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวกับที่พักในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อนำไปพัฒนารูปแบบของที่พักในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืน โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการวิจัย 1 ปี (มิถุนายน พ.ศ. 2567 ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2568) และแบ่งช่วงการดำเนินการวิจัยออกเป็น 4 ช่วง คือ ช่วงที่หนึ่ง (สิงหาคม พ.ศ. 2567 ถึง ตุลาคม พ.ศ. 2567) เน้นการศึกษาข้อมูล ตลอดจนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้กำหนดวัตถุประสงค์ ขอบเขต และวิธีการวิจัย ช่วงที่สอง (พฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ถึง มกราคม พ.ศ. 2568) เป็นการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลและนำข้อมูลมาประมวลผล

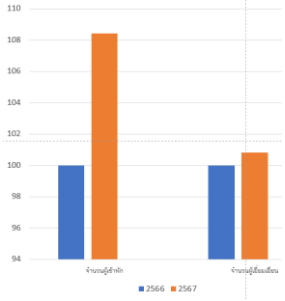
โดยในช่วงที่สองนี้ แบ่งการลงพื้นที่ 2 ช่วงย่อย คือ ช่วงแรกเป็นการลงพื้นที่เพื่อศึกษาภาพกว้างของบ้านวังโหรา ซึ่งเริ่มจากการวิเคราะห์เอกสารและข้อมูลทุติยภูมิ และลงพื้นที่โดยมีการถามคำถามปลายเปิด การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และการบันทึกภาคสนาม และช่วงหลังที่ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือวิจัยแบบสัมภาษณ์ด้วยคำถามปลายเปิด การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และการบันทึกภาคสนาม แต่กลุ่มประชากรมีความเฉพาะเจาะจงขึ้นกว่าในช่วงแรก ช่วงที่สาม (กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2568) เป็นการนำผลวิเคราะห์ที่ได้จากการพื้นที่มาประมวลกับแนวคิดทฤษฎี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบเลือกเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการวิจัย และนำข้อมูลไปจำแนกให้เป็นหมวดหมู่ และช่วงที่สี่ (เมษายน พ.ศ. 2568 ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2568) เป็นการสังเคราะห์และสรุปผลวิจัย ซึ่งเน้นการนำสาระสำคัญที่ได้ไปเชื่อมโยงเข้ากับแนวคิดทฤษฎี

งานวิจัยนี้เน้นการศึกษารูปแบบที่พักในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชน โดยอ้างอิงจากการสรุปแนวคิดการวิจัยที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับที่พักและสถาพแวดล้อมด้วยโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข รวมกับเอกลักษณ์ท้องถิ่นของบ้านวังโหราที่มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ผู้วิจัยได้วางแผนการเก็บข้อมูทุติยภูมิจากสถิติรูปแบบที่พักในอำเภอด่านช้างซึ่งเป็นภาพกว้างของที่ตั้งของบ้านวังโหรา และการพูดคุยกับชาวบ้านในพื้นที่ 30 คน อายุ 31-50 ปี ประกอบอาชีพรับจ้างและทำเกษตรกรรม พบจำนวนที่พัก 33 รายการ จำแนกเป็น 1) โรงแรม 2) บ้านตากอากาศ 3) รีสอร์ท 4) ห้องชุดพักอาศัยให้เช่า (Service Apartment) 5) โฮมสเตย์ 6) วิลล่า 7) แคมปิ้ง โดยบ้านตากอากาศ จำแนกออกได้เป็นแบบที่สามารถนำสัตว์เลี้ยงเข้าพักได้ และเข้าพักไม่ได้ ทั้งนี้ ในรูปแบบที่พักทั้งหมดนั้น หากเปรียบเทียบรูปแบบที่พักที่เป็นโฮมสเตย์ที่มีการใช้วิธีประชาสัมพันธ์และเปิดการขายห้องพักทางอินเทอร์เน็ต กับที่ไม่ได้การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อประชาสัมพันธ์ พบว่า มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นสัดส่วนถึง 1:10 ทำให้เห็นว่า การดำเนินรูปแบบที่พักโฮมสเตย์ต้องการการพัฒนาในเชิงการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ จากการสำรวจ ทำให้ทราบว่า เหตุที่ที่พักในชุมชนประเภทโฮมสเตย์ไม่สามารถใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นด้วยอินเทอร์เน็ต เนื่องมาจาก 1) จำนวนของนักท่องเที่ยวลดลง 2) ความถี่ของการท่องเที่ยวลดลง 3) ระยะเวลาของการท่องเที่ยวลดลง 4) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเปลี่ยนไป ในข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 เป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลง เพราะปัจจัยในระยะยาวและระยะสั้นทั้งภายในและภายประเทศ ไม่ว่าจะเป็นกระทบจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) และความสามารถในการฟื้นตัวของธุรกิจขนาดเล็ก รวมไปถึงกำลังซื้อที่ลดลง ส่งผลให้ความถี่ของการเดินทางและความยาวของการเข้าพักลดลง เห็นได้จากสถานการณ์พักแรม จำนวนผู้เยี่ยมเยียน และรายได้จากผู้เยี่ยมเยียน ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนตุลาคม 2567 อ้างอิงจากสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2567 พบว่า เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2566 อัตราการเข้าพัก เพิ่มขึ้น 3.94% (ตารางที่ 1) จำนวนผู้เข้าพักเพิ่มขึ้น 8.42% จำนวนผู้เยี่ยมเยียนทั้งหมด เพิ่มเพียง 0.80% (ตารางที่ 2) โดยจำนวนผู้เยี่ยมเยียนคนไทย มีอัตราที่เพิ่มเพียง 0.51% เท่านั้น ในขณะที่จำนวนผู้เยี่ยมเยียนชาวต่างชาติ เพิ่มสูงขึ้น ถึง 50.66% (ตารางที่ 3) ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของรายได้จากผู้เยี่ยมเยียนทั้งหมด คิดเป็น 5.35% ซึ่งยังอยู่ในระดับต่ำ โดยรายได้จากผู้เยี่ยมเยียนคนไทย มีอัตราเพิ่มเพียง 4.98% และรายได้จากผู้เยี่ยมเยียนชาวต่างชาติ มีการเติบโตถึง 69.45% (ตารางที่ 4) อนุมานได้ว่า การท่องเที่ยวในภาพรวมของจังหวัดสุพรรณบุรีอาศัยการสนับสนุนจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างมีนัยยะสำคัญ ส่วนในข้อที่ 4 อ้างอิงจากบทความวิจัยเรื่อง Understanding the changes in long-distance travel behavior due to socio-economic and pandemic derivers ที่กล่าวว่า การใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นปัจจัยเชิงบวกต่อการเดินทางท่องเที่ยวในระยะไกล โดยเฉพาะรถยนต์ไฟฟ้าที่สามารถนอนในรถ ใช้ไฟฟ้าจากในรถเพื่อใช้ในการเชื่อมกับระบบการให้แสงสว่างหรือเครื่องใช้ หรือขับแบบไปเช้า-เย็นกลับ ต่างส่งผลต่อความต้องการพักค้างคืนลดลง



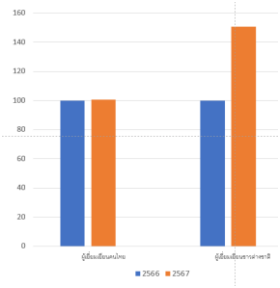
แผนภูมิที่ 1 สถานการณ์ท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ปี 2566-2567: ด้านอัตราการเข้าพัก

Chart 1 Tourism Situation in Suphan Buri, 2023–2024: Accommodation Occupancy Rate



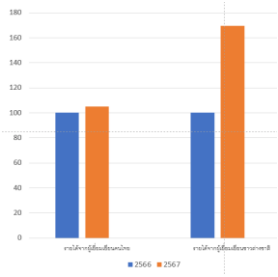
แผนภูมิที่ 2 สถานการณ์ท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ปี 2566-2567: ด้านผู้เข้าพักและผู้เยี่ยมเยียน

Chart 2 Tourism Situation in Suphan Buri, 2023–2024: Guests and Visitors



แผนภูมิที่ 3 สถานการณ์ท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ปี 2566-2567: ด้านผู้เยี่ยมเยียนชาวไทยและชาวต่างชาติ

Chart 3 Tourism Situation in Suphan Buri, 2023–2024: Thai and Foreign Visitors



แผนภูมิที่ 4 สถานการณ์ท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี ปี 2566-2567: ด้านรายได้จากผู้เยี่ยมเยียนชาวไทยและชาวต่างชาติ

Chart 4 Tourism Situation in Suphan Buri, 2023–2024: Income from Thai and Foreign Visitors

จากการเก็บข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ผู้วิจัยเลือกใช้กรอบของการวิเคราะห์เฉพาะเรื่อง (Thematic Analysis) เพื่อใช้หา ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว รวมถึงการทำความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยจะหาผลลัพธ์ซึ่งมาจากการตีความแนวคิดที่อยู่เบื้องหลังข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยในเรื่องของการตลาดและประชาสัมพันธ์ของที่พัก การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากช่วงก่อนหน้าการแพร่ระบาดของโควิด-19 มาใช้วิเคราะห์เปรียบเทียบโดยใช้กรอบการเลือกที่พักในเชิงกายภาพ จากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านวังโหรา อายุ 52 ปี และสมาชิกเครือข่ายองค์กรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บ้านวังโหรา อายุ 42 ปี ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการและการใช้บริ การที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ฯ ทำให้ทราบว่า แต่เดิมการท่องเที่ยวชุมชนเป็นอาชีพรอง โดยอาชีพหลักนั้นของคนในพื้นที่นั้น คือการหาของป่า เนื่องมาจากป่านั้นอยู่กับชุมชนมาอย่างยาวนาน ทำให้คนในชุมชนมีความผูกพันและมีความตระหนักถึงการอนุรักษ์และประชาสัมพันธ์จุดเด่นของบ้านวังโหราที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นผืนป่าชุมชนหรือแหล่งน้ำตามธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้เอง ทำให้ที่พักบริเวณบ้านวังโหรา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ที่พักที่อยู่รอบ ๆ ผืนป่าชุมชนฯ และอ่างเก็บน้ำลำตะเพิน ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มประชากรในการวิจัยนี้ โดยที่พักเหล่านั้น จะต้องมีกิจกรรมที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และทิศทางของกลุ่มวิสาหกิจฯและเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนฯ อันได้แก่ การเดินป่า

ทำกับข้าวจากของป่า เก็บของป่า ล่องแพ พายเรือคายัค ทำพิธีบวชป่าในหน้าร้อน และทำพิธีปลูกป่าในหน้าฝน จากกรอบการคัดเลือกที่พักข้างต้น มีที่พักที่เข้าเกณฑ์เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์หารูปแบบที่เหมาะสมกับองค์ประกอบทางกายภาพของที่พัก อัตลักษณ์ชุมชน พฤติกรรมและความคาดหวังของผู้เข้าพัก ความสามารถในการตอบสนองกิจกรรมและประสบการณ์ของผู้เข้าพัก และแนวทางการพัฒนาที่พักเพื่อให้เกิดความยั่งยืนและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ดังต่อไปนี้ (รูปที่ 5)

1) โรงเตี๊ยมเล่าปี่ (Lao-Pi) (รูปที่ 6)

2) สวนสุขสมบูรณ์ (Suan Suk Somboon) (รูปที่ 7)

3) ลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ (La Colline Campground) (รูปที่ 8)

4) สตาร์ วิว วัลเล่ย์ แกลมปิ้ง (Star View Valley Glamping) (รูปที่ 9)

5) มังคุดเจริญฟาร์ม (Mung-kud Charoen Farm) (รูปที่ 10)

6) เดอะ โลโค แคมป์กราวน์ (The Loco Campground) (รูปที่ 11)

7) แคมป์มอร์ (Camp more) (รูปที่ 12)

จากการเก็บข้อมูลของที่พักด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประเภทผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดรูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านวังโหรา อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี และลักษณะผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่ดังกล่าว โดยผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้ประกอบการและผู้ดูแล จำนวน 20 คน อายุระหว่าง 28-68 ปี รวมทั้งแขกที่มาพักแต่ละแห่ง จำนวน 50 คน แยกเป็นชาวไทย 48 คน ชาวต่างชาติ 2 คน อายุระหว่าง 22-55 ปี โดยคำถามของการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้ดูแลเป็นแบบคำถามปลายเปิดที่ครอบคลุมประเด็นสำคัญ ได้แก่ ข้อมูลของประเภทห้องพัก ขนาด และจำนวนห้องพัก ราคาขายต่อคืน สิ่งอำนวยความสะดวก อัตราการเข้าพักซ้ำใน 2 ปี ข้อเสนอทางการตลาด รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ และการบริการและกิจกรรม ส่วนคำถามสำหรับแขกที่มาพักนั้นจะใช้คำถามปลายเปิดที่ครอบคลุมข้อมูลพื้นฐานของประเภทนักท่องเที่ยว ระยะเวลาเข้าพัก กิจกรรมและการให้บริการ รวมถึงปัจจัยในการตัดสินใจเข้าพักตามลำดับ ในส่วนของทำเลที่ตั้งของที่พัก ผู้วิจัยได้ใช้กรอบของการจำแนกประเภทการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยเลือกพิจารณาทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก เนื่องจากคุณลักษณะของพื้นที่วิจัยมีความโดดเด่นทั้งในด้านธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และชุมชน เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกที่พักที่มีที่ตั้งใกล้กับป่าและอยู่ติดกับอ่างเก็บน้ำลำตะเพิน ซึ่งเมื่อนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบแล้ว ที่พักแต่ละแห่งในบริเวณที่กล่าวถึง มิได้มีข้อได้เปรียบหรือข้อด้อยอย่างมีนัยสำคัญสำหรับการเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว องค์ประกอบสำคัญต่อมาในการทำการวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งอ้างอิงจากข้อมูลที่ได้ทำสัมภาษณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 45 คน จาก 50 คน เป็นนักท่องเที่ยวที่มากับคู่รัก ครอบครัว และกลุ่มเพื่อน และเป็นนักท่องเที่ยวธรรมชาติตามโอกาส คือ เน้นแผนหลักของการท่องเที่ยวที่วางไว้ โดยในแผนนั้นอาจมีการเข้าไปชมธรรมชาติ หรือทำกิจกรรมในสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ในขณะที่นักท่องเที่ยว 5 คนที่เหลือ จัดว่า เป็นนักท่องเที่ยวธรรมชาติแบบอุทิศตน เพราะมีความตั้งใจในการวางแผนการท่องเที่ยวเพื่อใกล้ชิดธรรมชาติเป็นหลัก โดยในจำนวน 5 คนนี้ มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 2 คนที่เป็นคู่รัก ที่วางแผนมาเดินป่าและกางเต็นท์นอนในป่า 1 คืน โดยอาศัยการนำทางของสมาชิกป่าชุมชนฯ และใช้เวลาอีก 1 คืน พักในที่พักก่อนกลับ

รูปที่ 5 แผนที่ที่พักซึ่งคัดเลือกจากทำเล กิจกรรม และความศักยภาพในการดำเนินธุรกิจหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19

Figure 5 Map of Accommodation locations selected based on location, activities, and business viability after the COVID-19

Source: Adapted from Google Maps. (n.d.). [Map of Ban Wang Hora]. Retrieved January 21, 2025 from https://maps.app.goo.gl/D48EPg1vN5qbMizp8

องค์ประกอบที่สามของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สามารถนำมาเป็นหลักเกณฑ์สำคัญในการค้นหาปัจจัยสำหรับใช้กำหนดแนวทางการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีมาตรฐาน และสร้างเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการให้ผู้ประกอบการธุรกิจและชุมชน คือ การตลาด ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากทางผู้ประกอบการในส่วนของประเภทห้องพัก ขนาด และจำนวนห้องพัก ราคาขายต่อคืน สิ่งอำนวยความสะดวก อัตราการเข้าพักซ้ำใน 2 ปี ข้อเสนอทางการตลาด รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ มาจัดหมวดหมู่อยู่ในองค์ประกอบนี้ ในส่วนองค์ประกอบสุดท้าย คือ การบริการและกิจกรรม ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบทั้งในเชิงคุณภาพที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและในเชิงปริมาณที่ประกอบด้วยจำนวนและความหลากหลายของกิจกรรมที่อาจช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นทั้งในช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวมาพักและการวางแผนกลับมาพักในอนาคต

อ้างอิงจากตารางที่ 1 ประเภทของที่พักส่วนใหญ่ จะแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ บ้านพัก ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วบ้านพักจะมีจำนวน 3 หลัง ในหนึ่งที่พัก และทุกที่จะต้องมีบ้านพักที่มีขนาดตั้งแต่ 18 ตารางเมตร ไปจนถึง 30 ตารางเมตร ซึ่งที่พักจำนวน 3 ใน 7 แห่ง ใช้ขนาดบ้านพักนี้รองรับลูกค้า กลุ่มที่สอง คือ เต็นท์ ซึ่งที่พักจำนวน 4 ใน 7 แห่ง มีบริการทั้งในรูปแบบเต็นท์ให้เช่า และ พื้นที่โล่งสำหรับลูกค้านำเต็นท์มาเอง กลุ่มที่สาม คือ โดมทรงกลม ที่มีการใช้ในที่พัก เพียง 1 ใน 7 แห่ง จากข้อมูลในตารางที่ 1 เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบที่พักทั้งหมดบนกรอบของพื้นที่ใช้สอยที่ยืดหยุ่นต่อการใช้งานและสามารถตอบสนองความต้องการตลอดจนพฤติกรรมของผู้มาพักนั้น จะเห็นได้ว่า ที่พัก 2 แห่งที่มีประเภทของที่พัก จำนวนของที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลายกว่าที่อื่น ๆ คือ ลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ และ เดอะ โลโค แคมป์กราวน์ นั้นสามารถตั้งราคาขายต่อคืนได้สูงกว่าที่พักอื่น ๆ อีกทั้งยังสามารถรองรับผู้มาพักในกลุ่มที่เป็นชาวต่างชาติ รวมถึงสัตว์เลี้ยงได้อีกด้วย จากการสังเคราะห์ประเด็นสำคัญจากประเภทและจำนวนของที่พัก ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก ว่ามีความเชื่อมโยงต่อกลุ่มผู้ใช้งานอย่างไร ผู้วิจัยพบว่า การออกแบบทางสถาปัตยกรรม ตลอดจนการกำหนดหน้าที่ใช้สอยของพื้นที่ของห้องพักและพื้นที่ส่วนกลาง (communal space) ของที่พัก 2 แห่งนี้ ต้องการการจัดสรรพื้นที่ให้ตอบสนองกับความหลากหลายทั้งเชิงกายภาพ และจินตภาพของมนุษย์และสัตว์เลี้ยง ซึ่งรวมถึงความแตกต่างทางสัดส่วนร่างกาย พฤติกรรม ประสบการณ์ และพื้นเพของผู้ที่มาพัก จึงเป็นเหตุให้ที่พักทั้ง 2 แห่ง จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญต่อการกำหนดขนาดพื้นที่ใช้งานให้สอดคล้องกับการใช้งานของผู้มาพัก ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการออกแบบและก่อสร้างซึ่งเป็นต้นทุนของการประกอบ

ธุรกิจและส่งผลต่อการกำหนดราคาห้องพักด้วย เมื่อการตั้งราคาห้องพักสูงกว่าที่พักอื่น ๆ การเลือกรูปแบบของสถาปัตยกรรมจึงควรต้องมีความโดดเด่น มีอัตลักษณ์ และมีการใช้วัสดุการก่อสร้างและวิธีการก่อสร้างที่มีมูลค่าสูง โดยเห็นได้จากการที่ลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ มีการใช้โดมทรงกลมเป็นที่พักหลัก และที่เดอะ โลโค แคมป์กราวน์ ใช้บ้านพักโบกี้รถไฟ ด้วยองค์ประกอบทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยจึงสรุปว่า ที่พักที่สามารถตอบสนองการใช้สอยที่ยืดหยุ่นและความต้องการ รวมทั้งจนพฤติกรรมของผู้มาพักที่หลากหลายได้นั้น จะสามารถตั้งราคาขายต่อคืนได้สูงกว่า ทั้งนี้ ต้องอาศัยรูปแบบของสถาปัตยกรรมที่ออกแบบและก่อสร้างจากวัสดุและวิธีการก่อสร้างที่ทันสมัยด้วย

เมื่อกล่าวถึงราคาที่พักเฉลี่ยต่อคืนของแต่ละที่นั้น พบว่า มีความใกล้เคียงกันทั้งในวันธรรมดาและวันหยุด ทั้งที่เป็นบ้านพักและเต็นท์ แต่จะมีที่พัก 2 แห่ง ที่ตั้งราคาขายต่อคืน สูงกว่าที่อื่น ๆ ถึง 20%-60% ทั้งในส่วนของบ้านพักและเต็นท์ คือ ลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ และ เดอะ โลโค แคมป์กราวน์ ตามที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว เมื่อนำไปวิเคราะห์กับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและสอบถามผู้ประกอบการและผู้มาพัก จะเห็นได้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกของทั้งสองที่มีความหลากหลายกว่าที่อื่นๆ รวมทั้งประเภทของนักท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนและความถี่ของชาวต่างชาติที่มาใช้บริการมากกว่า นอกจากนั้น การบริการและกิจกรรมของทั้งสองที่ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพัก และที่มาใช้บริการคาเฟ่ และตั้งใจจะมาพักในอนาคต ได้ดีกว่าที่พักที่มีการบริการและกิจกรรมน้อย อีกข้อมูลหนึ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับความสามารถในการตั้งราคาขายต่อคืนได้สูงอย่างมีนัยสำคัญซึ่งผู้วิจัยได้วิเคราะห์แล้ว อาจมาจากการที่ผู้ประกอบการของทั้งลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ และ เดอะ โลโค แคมป์กราวน์ เป็นชาวกรุงเทพฯ ซึ่งอาจทำให้มีความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมการพักผ่อนและความต้องการเรื่องการ บริการและกิจกรรมได้ดีกว่า ผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่ เนื่องจากจากการสัมภาษณ์ผู้ไปพัก มีจำนวน80% ที่เดินทางจากกรุงเทพฯ และปริมณฑลเพื่อไปพักผ่อน ส่วนอีก 20% นั้น มาจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น นครปฐม หรือ ราชบุรี นอกจากเรื่องพฤติกรรมที่ได้กล่าวมา อีกปัจจัยที่อาจส่งผลต่อความสามารถในการตั้งราคาขายที่พักได้สูง คือ การเล่าเรื่อง (Storytelling) ซึ่งให้คำจำกัดความโดย National Storytelling Network ประเทศสหรัฐอเมริกา ว่า การเล่าเรื่องเป็นรูปแบบศิลปะโบราณและเป็นรูปแบบที่มีคุณค่าทางการแสดงออกของมนุษย์ อย่างไรก็ตาม เรื่องราวมีความสำคัญต่อรูปแบบศิลปะมากมาย คำว่า "การเล่าเรื่อง" จึงมักถูกใช้ในหลาย ๆ วิธี เช่น การเล่าเรื่องในลักษณะศิลปะเชิงโต้ตอบที่ใช้คำพูดและการกระทำเพื่อเปิดเผยองค์ประกอบและภาพของเรื่องราวในขณะที่กระตุ้นจินตนาการของผู้ฟัง หรือการเล่าเรื่องเพื่อสื่อถึงเรื่องราวในปัจจุบันผ่านการพรรณนา (Narrative) การเล่าเรื่องสามารถเกิดขึ้นได้ในหลายสถานการณ์ และจุดประสงค์ของการเล่าเรื่องก็อาจมีตั้งแต่การเล่าเพื่อไม่ให้เกิดความเงียบในบทสนทนา ไปจนการเล่าเรื่องเพื่อโน้มน้าวให้ผู้ฟังจ่ายเงินสำหรับสิ่งของหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการเล่าเรื่องนั้น ๆ ในกรณีของข้อสันนิษฐานที่ผู้วิจัยได้จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการของที่พักทั้งสองที่ ทำให้ทราบว่า มีความตั้งใจจะใส่เรื่องราวดั้งเดิมของบ้านวังโหราเข้าไปเพื่อผูกโยงกับกิจกรรมของที่พัก เช่น ที่ลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ มีการเลี้ยงแพะที่เป็นสัตว์ซึ่งคนท้องถิ่นบ้านวังโหรานิยมเลี้ยงเมื่อนานมาแล้ว และมีการเปิดคอกให้แพะเดินไปรอบ ๆ เพื่อให้แขกสามารถเห็นถึงเรื่องราวในอดีตที่เป็นเสมือคุณค่าของท้องที่นั้น รวมไปถึงความใส่ใจของตัวผู้ประกอบการที่ให้ความเคารพต่อวิถีพื้นบ้าน ในขณะที่ ผู้ประกอบการของเดอะ โลโค แคมป์กราวน์ มองภูมิประเทศของบ้านวังโหราว่า คล้ายคลึงกับเมืองอริโซน่า ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีถนนขรุขระ เต็มไปด้วยหินกรวด และดินแดง มีต้นตะบองเพชร และพืชพรรณแบบเมืองร้อน จึงมีแนวคิดที่ผูกโยงการท่องเที่ยวเข้ากับการเดินทางโดยรถไฟ และเป็นที่มาของรูปแบบ ที่พักที่มีลักษณะเหมือนโบกี้รถไฟ นอกจากนั้น ยังมีการนำเอาไม้หมอนรถไฟมาใช้ทำเป็นเฟอร์นิเจอร์ในลานกลางแจ้งอีกด้วย

นอกจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ว่าด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการบริการฯแล้ว การตลาดก็เป็นอีกองค์ประกอบที่สำคัญในการเชื่อมโยงชุมชน เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ที่พักและสภาพแวดล้อมตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ผู้วิจัยจึงได้นำข้อเสนอทางการตลาดและรูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อของที่พักที่สามารถตั้งราคาขายต่อคืนได้สูงทั้งลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ และ เดอะ โลโค แคมป์กราวน์ มาวิเคราะห์ พบว่า ทั้งคู่มีเมนูอาหารเช้าที่เหมือนกันคือ มีข้าวต้ม ไข่กระทะ และเครื่องดื่ม ส่วนการประชาสัมพันธ์นั้น แตกต่าง

กันอย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ ทั้งลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ ไม่มีการใช้สื่อออนไลน์เลย เน้นการบอกปากต่อปากของลูกค้าที่เคยมาพักแล้ว แต่เดอะ โลโค แคมป์กราวน์ มีการใช้สื่อออนไลน์สองช่องทาง คือ ทางเฟซบุ๊ค เพจ และเว็บไซท์ของที่พัก เห็นได้ว่าสองที่นี้ มีการจัดการบริหารการตลาดที่แตกต่างจากอีกห้าที่ที่เหลือ จึงอาจสรุปได้ว่า รูปแบบการประชาสัมพันธ์นั้น ไม่ว่า จะเป็นออนไลน์ หรือ ออฟไลน์ ควรเป็นประเภทที่ช่วยสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้า หรือ Customer Engagement โดยหนึ่งในวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้า ก็คือ การใช้สื่อออนไลน์ และการพูดถึงผู้ให้บริการแบบปากต่อปากในเชิงบวกที่ส่งผลในระยะยาวและสามารถพัฒนาไปสู่ความภักดีของลูกค้า

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของที่พักที่คัดเลือกจากทำเล กิจกรรม และความสามารถในการดำเนินธุรกิจ

Table 1 General information about the selected accommodation based on location, activities and business capabilities

ชื่อที่พัก Name	ประเภทห้องพัก Type	ขนาด (ตารางเมตร) Size (sqm)	จำนวน (หลัง) Number	ราคาต่อคืน (วันธรรมดา/วันหยุด) Price per night	สิ่งอำนวยความสะดวก Facility	ประเภทนักท่องเที่ยว Tourist	เวลาเข้าพักโดยเฉลี่ย (วัน) Average Time	อัตราการเข้าพักซ้ำใน 2 ปี Repeated stay in 2 years	ข้อเสนอทางการตลาด Marketing Offer	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ PR through Media	การบริการและกิจกรรม Service and Activity
1. โรงเตี๊ยมเล่าปี Lao-Pi	บ้านพัก Lodge	30 (กว้าง 5 xลึก 6เมตร) (Width 5 x Depth 6 m.)	3	1,500 /1,700 บาท (Baht)	ที่ทานอาหาร ร้านของชำ Dining area & grocery	คู่รัก ครอบครัว ชาวไทย Thai couple and family	1 วัน 1 คืน 1 day 1 night	50%	อาหารเช้าฟรี (ข้าวต้ม/ไข่ข้น) Free breakfast (Thai style)	เฟซบุ๊ก Facebook	พายเรือ Rowing
2. สวนสุขสมบูรณ์ Suan Suk Somboon	บ้านพัก Lodge	24 (กว้าง 4 xลึก 6เมตร) (Width 4 x Depth 6 m.)	3	1,300 /1,500 บาท (Baht)	ที่ทานอาหาร ร้านของชำ Dining area & grocery	คู่รัก ครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ชาวไทย Thai couple, family, and friends	1 วัน 1 คืน 1 day 1 night	50%	อาหารเช้าฟรี (ข้าวต้ม/อาหารเช้าแบบอเมริกัน) Free breakfast (American style)	เฟซบุ๊ก Facebook	ตกปลา พายเรือ หมูกระทะ Fishing, rowing, and grilling pork
	เต็นท์ Tent	แล้วแต่ลูกค้า Customer's Choice	แล้วแต่ลูกค้า Customer's Choice	150 บาท (Baht)							
3. ลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ La Colline Campground	โดมทรงกลม Spherical Dome	28	8	1,800/2,200 บาท (Baht)	ที่ทานอาหาร ร้านของชำ และคาเฟ่ Dining area,	คู่รัก ครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ชาวไทย และชาวต่างชาติ (สามารถนำสัตว์	2-3 วัน 2-3 days	1 ครั้ง ใน 1 ปี 1 time in 1 year	อาหารเช้าฟรี (ข้าวต้ม/ไข่ กระทะ โอวัลติน น้ำส้ม)	การบอกต่อของแขกที่เคยมาพัก Word-of-mouth	พายเรือ ตกปลา เซิร์ฟบอร์ด ว่ายน้ำ ถ่ายรูป เก็บผักออร์แกนิก
	บ้านพัก Lodge	18 (กว้าง 3 xลึก 6เมตร)	2	1,800/2,200 บาท (Baht)							

ชื่อที่พัก Name	ประเภทห้องพัก Type	ขนาด (ตารางเมตร) Size (sqm)	จำนวน (หลัง) Number	ราคาต่อคืน (วันธรรมดา/วันหยุด) Price per night	สิ่งอำนวยความสะดวก Facility	ประเภทนักท่องเที่ยว Tourist	เวลาเข้าพักโดยเฉลี่ย (วัน) Average Time	อัตราการเข้าพักซ้ำใน 2 ปี Repeated stay in 2 years	ข้อเสนอทางการตลาด Marketing Offer	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ PR through Media	การบริการและกิจกรรม Service and Activity
		(Width 3 x Depth 6 m.)			grocery, and cafe	เลี้ยงเข้ามาพักได้) Thai and Foreign couple, family and friend (pet friendly)			Free breakfast (Thai style)		Fishing, rowing, surfing, swimming,phototaking, and harvesting vegetable
	เต็นท์ Tent	แล้วแต่ลูกค้า Customer's Choice	แล้วแต่ลูกค้า Customer's Choice	250 บาท (Baht)							
4. สตาร์ วิลล์ วัลเล่ย์ แกลมปิ้ง Star View Valley Glamping	บ้านพัก Lodge	20 (กว้าง 4 xลึก 5เมตร) (Width x Depth 5 m.)	3	1,400 /1,600 บาท (Baht)	ที่ทานอาหารครัวเล็ก ๆ ที่แขกสามารถทำอาหารทานเองได้ และที่พักหลบฝน Small dining area with kitchen	คู่รัก ครอบครัวชาวไทย Thai couple and family	1 วัน 1 คืน 1 day 1 night	30%	อาหารเช้าฟรี (ข้าวต้ม แฮม ไข่ดาว กาแฟ ขนมปังปิ้ง ผลไม้ และขนมหวาน) Free breakfast (Thai & western style)	เฟซบุ๊ก Facebook	พายเรือ และเก็บผลไม้ในสวนด้านหน้า Rowing and harvesting fruit
	เต็นท์ Tent	แล้วแต่ลูกค้า Customer's Choice	แล้วแต่ลูกค้า Customer's Choice	คนละ 150 บาท (Baht) 2 คน 400 บาท (Baht)							

ชื่อที่พัก Name	ประเภทห้องพัก Type	ขนาด (ตารางเมตร) Size (sqm)	จำนวน (หลัง) Number	ราคาต่อคืน (วันธรรมดา/วันหยุด) Price per night	สิ่งอำนวยความสะดวก Facility	ประเภทนักท่องเที่ยว Tourist	เวลาเข้าพักโดยเฉลี่ย (วัน) Average Time	อัตราการเข้าพักซ้ำใน 2 ปี Repeated stay in 2 years	ข้อเสนอทางการตลาด Marketing Offer	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ PR through Media	การบริการและกิจกรรม Service and Activity
5. มังคุดเจริญฟาร์ม Mung-kud Charoen Farm	บ้านพัก Lodge	30 (กว้าง 5 xลึก 6เมตร) (Width 5 x Depth 6 m.)	5	1,500 / 1,800 บาท (Baht)	ที่ทานอาหาร Dining area	คู่รัก ครอบครัวชาวไทย Thai couple and family	1 วัน 1 คืน 1 day 1 night	60%	อาหารเช้าฟรี (ไข่กระทะ) Free breakfast (Thai style)	เฟซบุ๊ก Facebook	หมูกระทะ Grilling pork
6. เดอะ โลโค แคมป์กราวน์ The Loco Campground	บ้านพักริมทะเลสาบ Lakeside Lodge	30 (กว้าง 5 xลึก 6เมตร) (Width 5 x Depth 6 m.)	2	2,500 /2,900 บาท (Baht)	ที่ทานอาหาร ร้านของชำ คาเฟ่ และลานพักผ่อนกลางแจ้ง Dining area, grocery, café, and outdoor lounge.	คู่รัก ครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ชาวไทย และชาวต่างชาติ Thai and Foreign couple, family, and friends	1 วัน 1 คืน	50%	อาหารเช้าฟรี (ไข่กระทะ/ข้าวต้ม/น้ำสมุนไพร) Free breakfast (Thai style)	เฟซบุ๊กและเว็บไซท์ Facebook and website	หมูกระทะ Grilling pork
	บ้านพักโบกี้รถไฟ Train Bogie Lodge	17.5 (กว้าง 5 x ลึก 3.5เมตร) (Width 5 x Depth 3.5 m.)	5	2,000 /2,500 บาท (Baht)		คู่รัก ครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ชาวไทย และชาวต่างชาติ Thai and	1 วัน 1 คืน	50%	อาหารเช้าฟรี (ไข่กระทะ/ข้าวต้ม/น้ำสมุนไพร) Free breakfast (Thai style)	เฟซบุ๊กและเว็บไซท์ Facebook and website	พายเรือ ขี่จักรยาน หมูกระทะ Rowing,

ชื่อที่พัก Name	ประเภทห้องพัก Type	ขนาด (ตารางเมตร) Size (sqm)	จำนวน (หลัง) Number	ราคาต่อคืน (วันธรรมดา/วันหยุด) Price per night	สิ่งอำนวยความสะดวก Facility	ประเภทนักท่องเที่ยว Tourist	เวลาเข้าพักโดยเฉลี่ย (วัน) Average Time	อัตราการเข้าพักซ้ำใน 2 ปี Repeated stay in 2 years	ข้อเสนอทางการตลาด Marketing Offer	รูปแบบการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ PR through Media	การบริการและกิจกรรม Service and Activity
	เต็นท์ Tent	แล้วแต่ลูกค้า Customer's Choice	แล้วแต่ลูกค้า Customer's Choice	600 บาท (Baht)		Foreign couple, family, and friends.					cycling, and grilling pork
7. แคมป์มอร์ Camp more	บ้านพัก Lodge	24 (กว้าง 4 xลึก 6เมตร) (Width 4 x Depth 6 m.)	5	1,500 /1,800 บาท (Baht)	ทานอาหาร และคาเฟ่ Dining area and cafe	คู่รัก ครอบครัว และกลุ่มเพื่อน ชาวไทย และชาวต่างชาติ Thai and Foreign couple, family, and friends.	1 วัน 1 คืน	50%	อาหารเช้าฟรี (ไข่กระทะ/ข้าวต้ม) Free breakfast (Thai style)	เฟซบุ๊ก Facebook	พายเรือ ตกปลา หมูกระทะ Fishing and grilling pork

รูปที่ 6 โรงเตี๊ยมเล่าปี่

Figure 6 Lao-Pi

รูปที่ 7 สวนสุขสมบูรณ์

Figure 7 Suan Sook Somboon

รูปที่ 8 ลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์

Figure 8 La Colline Campground

รูปที่ 9 สตาร์ วิว วัลเล่ย์ แกลมปิ้ง

Figure 9 Star View Valley Glamping

รูปที่ 10 มังคุดเจริญฟาร์ม

Figure 10 Mung-kud Charoen Farm

รูปที่ 11 เดอะ โลโค แคมป์กราวน์

Figure 11 The Loco Campground

รูปที่ 12 แคมป์ มอร์

Figure 12 Camp More

6. ผลการวิจัย

จากแนวคิดการวิจัยที่มาจากการพัฒนาการเดินทางและท่องเที่ยวตามแผนกลยุทธ์หมุดหมายที่ 2 ของร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 – 2570 กลยุทธ์การพัฒนากิจกรรม สินค้า และบริการ การท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มสูง กลยุทธ์ย่อยที่ 1.1 ว่าด้วยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ซึ่งประกอบด้วย การกินดี อยู่ดี ออกกำลังกายดี และแบ่งปันดี ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูง ควบคู่ไปกับการร้อยเรียงเรื่องราวอันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และการมีคุณภาพตลอดจนการรักษามาตรฐานที่ดี ซึ่งนำมาใช้เป็นกรอบของทฤษฎีในงานวิจัยนี้ โดยมีการจำแนกการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตามองค์ประกอบของทรัพยากรการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การตลาด และการบริการและกิจกรรม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และจัดลำดับปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อรูปแบบที่พักซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว อีกยังสามารถนำไปสังเคราะห์เพื่อสร้างแนวทางการเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านวังโหราฯ ผ่านการออกแบบที่พักและสิ่งแวดล้อม อ้างอิงจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่

ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตภาคสนาม และการวิเคราะห์พื้นที่พักในชุมชนบ้านวังโหรา จากตารางที่ 1 สามารถสรุปปัจจัยที่มีความสำคัญและส่งผลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยได้นำไปใช้กำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีมาตรฐาน และสามารถส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน 5 ปัจจัย ดังนี้

1) ความมีอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมของที่พัก

การออกแบบที่พักที่มีรูปแบบเฉพาะ เช่น โดมทรงกลมที่ลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ และการออกแบบห้องพักให้เหมือนโบกี้รถไฟที่เดอะ โลโค แคมป์กราวน์ หรือบ้านพักที่ใช้วัสดุท้องถิ่นในการก่อสร้าง สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนและสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านการจดจำและการรับรู้คุณค่า

2) ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก

การจัดสรรพื้นที่อย่างยืดหยุ่น เช่น พื้นที่นั่งเล่นกลางแจ้ง พื้นที่สำหรับสัตว์เลี้ยง พื้นที่กิจกรรมหมู่คณะ และพื้นที่ทำครัวส่วนกลาง ช่วยสนับสนุนการใช้ชีวิตของนักท่องเที่ยวในหลากหลายกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มระยะเวลาการเข้าพัก

3) กิจกรรมเชิงประสบการณ์ในพื้นที่พัก

รูปแบบกิจกรรมที่สามารถเล่าเรื่องราวซึ่งสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น และกิจกรรมที่ทำให้แขกได้มีส่วนร่วม เช่น การเก็บผักอินทรีย์ พายเรือในลำธารธรรมชาติ การทำอาหารร่วมกับชาวบ้าน หรือการเลี้ยงสัตว์ สร้างประสบการณ์เชิงลึกที่ส่งผลต่อความประทับใจของผู้เข้าพัก

4) ความเข้าใจเรื่องพฤติกรรมการพักผ่อนและความต้องการเรื่องการบริการและกิจกรรมของผู้มาพัก

หากผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์และออกแบบพื้นที่หรือบริการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการพื้นที่ถ่ายภาพ ความเงียบสงบ ความเป็นส่วนตัว หรือกิจกรรมแบบครอบครัว จะมีแนวโน้มทำให้ที่พักได้รับความนิยมมากขึ้น

5) การใช้ช่องทางของสื่อประชาสัมพันธ์ที่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้า

สร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว มากกว่าการใช้สื่อเพื่อบอกเล่าข้อมูลทั่วไปของที่พักที่ไม่ได้เอื้อให้เกิดการซื้อในระยะยาวหรือซื้อซ้ำ นอกจากนั้น การนำเสนอภาพลักษณ์ของที่พักผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการให้ผู้เข้าพักมีส่วนร่วมในการบอกเล่าประสบการณ์ เช่น การแชร์รีวิว รูปภาพ หรือวิดีโอในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมการรับรู้แบรนด์ และกระตุ้นการตัดสินใจเลือกที่พัก

จากปัจจัยทั้ง 5 ข้อที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่า ราคาของพักนั้นไม่ใช่ปัจจัยสำคัญ เพราะจากตารางที่ 1 ทั้งลา คอลไลน์ แคมป์กราวน์ และเดอะ โลโค แคมป์กราวน์ ต่างมีการตั้งราคาห้องพักสูงกว่าที่พักอื่น ๆ ทั้งนี้ เพื่อหาข้อสรุปที่ชัดเจนยิ่งขึ้นเกี่ยวกับราคาห้องพักที่อยู่นอกเหนือความสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่พัก ผู้วิจัยจึงได้เข้าพักในห้องที่มีราคาสูงที่สุดในกลุ่มที่พักที่คัดเลือกมา คือ ห้องพักริมทะเลสาบ **(รูปที่ 13)** ซึ่งอยู่ติดกับห้องพักแบบโบกี้รถไฟ ของเดอะ โลโค แคมป์กราวน์ พื้นที่ 30 ตารางเมตร รวมพื้นที่ระเบียง เป็นเวลา 1 วัน 1 คืน ราคา 3,000 บาท จาก 2,900 บาท ในตารางที่ 1 โดยราคาที่เพิ่มขึ้นนั้น เนื่องมาจากอยู่ในฤดูท่องเที่ยว (High Season) ภายในที่พักมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ครบถ้วนตามแบบมาตรฐานที่พักทั่วไป การวางผังเริ่มจากทางเข้าที่อยู่ใกล้ถนนซึ่งกั้นระหว่างที่จอดรถและที่พัก เข้าไปภายในมีพื้นที่สำหรับวางสัมภาระและมินิบาร์ ขวามือของห้องเป็นห้องน้ำที่มีอ่างล้างหน้าภายใน ถัดไปมีชักโครก และฝักบัว พื้นห้องน้ำไม่มีการแยกระดับ ทำให้เวลาอาบน้ำ มีน้ำไหลเข้ามาบริเวณพื้นของชักโครกด้วย เดินจากห้องวางสัมภาระเข้าไปด้านใน จะเจอห้องนอนที่มีเตียงขนาดกว้าง1.50xยาว2.00 เมตร มีโคมไฟตั้งโต๊ะที่สองข้างของหัวเตียง ด้านซ้ายของเตียงมีโซฟาขนาด กว้าง 1.00xยาว1.80 เมตร ปลายเตียงมีประตูบานเลื่อนคู่ พร้อมม่านลอนสีขาวที่ทำจากผ้าไม่หนามาก ทำให้ในเวลาเช้าแสงธรรมชาติยังสามารถส่องเข้ามาได้ และในเวลากลางคืน หากเปิดไฟในห้อง ก็ยังสามารถมองเห็นเงาภายในห้องพักได้ บริการด้านอาหารนั้นเปิดไม่เกิน 2

ทุ่ม อีกประเด็นสำคัญของการพักผ่อน คือ เสียงรบกวน เนื่องมาจากสภาพแวดล้อมของที่พักเป็นที่เปิดโล่ง ทำให้บางเวลามีเสียงดนตรีหรือเสียงสนทนาจากบริเวณใกล้เคียง แต่เนื่องจากข้อบังคับของชุมชนฯ ที่ขอความร่วมมือไม่ใช้เสียงหลังเวลา 22.00 น. ทำให้เสียงดังกล่าวไม่มี แต่มีเสียงประตูปิดเปิดจากห้องพักโบกี้รถไฟด้านข้าง ที่มีลักษณะการออกแบบให้ห้องน้ำอยู่ด้านนอก ดังเป็นครั้งคราว เนื่องจากช่วงเวลาที่ผู้วิจัยไปพักเป็นวันอาทิตย์และวันจันทร์ ทำให้จำนวนผู้ไปพักไม่มาก แต่ก็มีจำนวนครึ่งหนึ่งของห้องพักทั้งหมด ส่วนการกางเต็นท์ไม่มี จากการพูดคุยกับผู้ที่มาพักกลุ่มแรก เป็นครอบครัวมาจากกรุงเทพฯ ประกอบด้วยคุณแม่ ลูกสาว 2 คน และสุนัข 2 ตัว พบว่า เหตุผลที่เลือกมาพักที่นี่ เนื่องจากมีห้องพักขนาดเหมาะสมกับสมาชิกครอบครัวทุกคน และมีสนามกลางแจ้งที่ใหญ่ ทำให้สุนัขที่เลี้ยงไว้สามารถวิ่งเล่นได้ใกล้กับที่พัก เพราะไม่อยากให้วิ่งในบริเวณริมทะเลสาบ เนื่องจากกังวลเรื่องอุบัติเหตุ ผู้ที่มาพักกลุ่มที่สองเป็นคู่รัก ที่ชื่นชอบการทำคอนเทนท์ออนไลน์ ก็ให้เหตุผลว่า ที่พักแห่งนี้ มีพื้นที่ภายนอกให้ทำกิจกรรมเยอะ มีภูมิทัศน์ที่ถ่ายภาพออกมาแล้วสวยงาม และที่พักแปลกตาเป็นเอกลักษณ์ จึงเลือกมาพักที่นี่

รูปที่ 13 ห้องพักริมทะเลสาบ เดอะ โลโค แคมป์กราวน์

Figure 13 Lakeside Villa at The Loco Campground

เมื่อได้เก็บข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้วิจัยเองและผู้ที่ไปพักบางส่วนแล้ว สามารถสรุปได้ถึงสมมติฐานของความสามรถในการขายห้องที่ราคาสูงที่สุดได้ว่า การออกแบบและวางผังห้องพักที่ทำให้สมาชิกผู้มาพักแต่ละมีคนมีพื้นที่ส่วนตัวและพื้นที่ภายนอกซึ่งสมาชิกแต่ละคนสามารถทำกิจกรรมได้ รวมถึงการออกแบบที่พักให้มีอัตลักษณ์นั้น มีความสำคัญต่อการตัดสินใจจองพักแม้ว่าจะมีราคาสูงก็ตาม

เมื่อนำผลที่สรุปจากการสังเคราะห์ข้างต้นมารวมกับข้อมูลการวิเคราะห์ซึ่งอธิบายผ่านปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ 2 ประเด็น

1) ปัจจัยซึ่งส่งผลต่อรูปแบบที่พักซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว มีทั้งหมด 5 ปัจจัย คือ การออกแบบที่พักที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมเชิงประสบการณ์ในพื้นที่พักที่สะท้อนวิถีชีวิตท้องถิ่น ความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และช่องทางการสื่อสารที่สร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้า แต่ปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดมี 3 อันดับซึ่งที่พักที่จะสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีนั้นขาดไม่ได้ คือ การออกแบบที่มีอัตลักษณ์และสอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของกลุ่มเป้าหมาย การจัดสภาพแวดล้อมที่เสริมความทรงจำเชิงบวก และการใช้กิจกรรมเสริมเพื่อเพิ่มคุณค่าทางประสบการณ์

2) ความเชื่อมโยงของปัจจัยสำหรับนำไปกำหนดรูปแบบที่พักที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้นักท่องเที่ยว กับวัตถุประสงค์การวิจัย สามารถอธิบายได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ความเชื่อมโยงของปัจจัยสำคัญซึ่งส่งผลต่อรูปแบบที่พักซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวกับวัตถุประสงค์การวิจัย

Table 2 The correlation between key factors influencing accommodation types that can create positive experiences for tourists and the research objectives

วัตถุประสงค์ Objective	ปัจจัยซึ่งส่งผลต่อรูปแบบที่พัก Key factors influencing accommodation types	แนวทางการพัฒนา Development Guidelines	ผลลัพธ์ที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ Outcomes aligned with the objectives
1. เพื่อนำปัจจัยที่ได้จากการวิจัยไปใช้กำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและสามารถส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน 1. To form the development of community-based ecotourism accommodations that meet standards and sustainably support the local tourism industry.	1. การออกแบบที่พักที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ 2. ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก 3. กิจกรรมเชิงประสบการณ์ในพื้นที่พักที่สะท้อนวิถีชีวิตท้องถิ่น 4. ความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว 5. ช่องทางการสื่อสารที่สร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้า 1. Accommodation design reflecting distinctive local identity 2. Diversity and range of amenities and facilities 3. Experiential activities within the accommodation that reflect local lifestyles 4. Understanding of tourist behavior and preferences 5. Communication channels fostering customer engagement and interaction	1. การออกแบบที่พักโดยมุ่งเน้นการสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผ่านองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม การใช้วัสดุ ภาษาทางสถาปัตยกรรม และรูปแบบการจัดสรรพื้นที่ที่สอดคล้องกับบริบทและผู้ใช้งาน 2. จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกให้สามารถยืดหยุ่นต่อความต้องการอันหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย 3. พัฒนากิจกรรมเชิงมีส่วนร่วมโดยบูรณาการมิติทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ 4. ศึกษาและทำความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง 5. สร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของที่พัก 1. Design accommodations reflecting local identity	1. ที่พักมีมาตรฐานสูงด้านการออกแบบ การบริการ และกิจกรรม ได้รับการยอมรับ และสามารถนำไปพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน 1. Accommodations with high design, service, and activity standards that support sustainable community development.

วัตถุประสงค์ Objective	ปัจจัยซึ่งส่งผลต่อรูปแบบที่พัก Key factors influencing accommodation types	แนวทางการพัฒนา Development Guidelines	ผลลัพธ์ที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ Outcomes aligned with the objectives
		through architecture and spatial organization. 2. Provide flexible facilities to meet diverse visitor needs. 3. Integrate cultural and natural elements in participatory activities. 4. Understand tourists' authentic needs and preferences. 5. Establish a distinctive identity and brand for the accommodation.	
2. เพื่อสร้างเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนและเพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ความพึงพอใจต่อคุณภาพการบริการมากขึ้นและกลับใช้บริการซ้ำบ่อยขึ้นของนักท่องเที่ยว 2. To enhance the value of community-based ecotourism services and promote greater tourist satisfaction, spending, and repeat visitation.	1. การออกแบบที่พักที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ 2. ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก 3. กิจกรรมเชิงประสบการณ์ในพื้นที่พักที่สะท้อนวิถีชีวิตท้องถิ่น 1. Accommodation design reflecting distinctive local identity 2. Diversity of facilities and amenities 3. Experiential activities within accommodations that reflect local lifestyles	1. การออกแบบสถาปัตยกรรม รวมทั้งองค์ประกอบทางกายภาพให้โดดเด่นและมีเอกลักษณ์ เช่น การใช้รูปทรงสถาปัตยกรรมพิเศษ ร่วมกับการประยุกต์ใช้วัสดุท้องถิ่น เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างการจดจำ 2. จัดสรรพื้นที่ภายนอกและภายในให้มีความหลากหลายทั้งในเชิงประโยชน์ใช้สอนและขนาดพื้นที่ เพื่อรองรับกลุ่มผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน 3. พัฒนากิจกรรมเชิงมีส่วนร่วม เพื่อเชื่อมโยงประสบการณ์ผู้มาพักเข้ากับบริบทท้องถิ่น 1. Distinctive architectural design using unique forms and local materials. 2. Flexible spatial planning to serve diverse user groups.	1. นักท่องเที่ยวพึงพอใจและยินดีจ่ายในอัตราที่สูงขึ้นเนื่องจากรับรู้ถึงมาตรฐานและประสบการณ์ที่มีคุณค่า 2. เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ก็จะเกิดความประทับใจจนนำไปบอกต่อเพื่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ และเกิดความตั้งใจในการกลับมาพักซ้ำ 1. Tourists are willing to pay higher rates when perceiving quality standards and valuable experiences. 2. Tourist satisfaction fosters positive impressions, leading to word-of-mouth promotion and repeat visitation.

วัตถุประสงค์ Objective	ปัจจัยซึ่งส่งผลต่อรูปแบบที่พัก Key factors influencing accommodation types	แนวทางการพัฒนา Development Guidelines	ผลลัพธ์ที่เชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ Outcomes aligned with the objectives
		3. Participatory activities linking visitor experiences with the local context.	
3. เพื่อเป็นแหล่งอ้างอิงสำหรับนักวิจัยที่สนใจศึกษาต่อยอดในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการเชื่อมโยงระหว่างชุมชนและวัฒนธรรมในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ 3. A reference for research on ecotourism and community–culture linkages in diverse regional contexts.	1. การออกแบบที่พักที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ 2. กิจกรรมเชิงประสบการณ์ในพื้นที่พักที่สะท้อนวิถีชีวิตท้องถิ่น 3. ความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว 1. Accommodation design emphasizing distinctive identity 2. Experiential activities reflecting local lifestyles 3. Understanding tourist behavior and preferences	1. พัฒนากลยุทธ์ด้านการออกแบบและการจัดการพื้นที่ใช้สอยที่สามารถตอบสนองประสบการณ์ และยังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของชุมชน 2. วิเคราะห์กิจกรรมเชิงประสบการณ์ เพื่อหาปัจจัยในความสัมพันธ์ระหว่างสถาปัตยกรรม วัฒนธรรม และนักท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการทำความเข้าใจกลไกการมีส่วนร่วมและการรับรู้คุณค่าทางสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมของผู้มาใช้บริการ 1. Develop design and management strategies that balance visitor experience with community identity. 2. Analyze experiential activities to explore links between architecture, culture, and tourism.	1. เสริมสร้างความเข้าใจเชิงวิชาการเรื่องการออกแบบที่พักเชิงอนุรักษ์ที่เน้นการออกแบบเพื่อการสร้างอัตลักษณ์และประสบการณ์ เพื่อเป็นแนวทางที่สามารถนำไปปรับใช้ในพื้นที่อื่นในประเทศหรือระดับภูมิภาค 2. ช่วยให้นักวิจัยนำไปอ้างอิงและใช้ต่อยอดงานวิจัยเรื่องโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ได้อย่างมีระบบ 1. Enhance academic understanding of identity- and experience-based eco-accommodation design for broader application. 2. Serve as a systematic reference for extending research on well-being models.

7. การอภิปรายผล

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับคำถามการวิจัยทั้งสองข้อหลักที่มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของชุมชนผ่านการออกแบบพื้นที่พัก โดยมีข้อค้นพบที่สามารถอภิปรายในประเด็นสำคัญซึ่งตอบคำถามการวิจัยข้อที่หนึ่งว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวและการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยว คือ การออกแบบที่พักที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ ความหลากหลายของสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมเชิงประสบการณ์ในพื้นที่พักที่สะท้อนวิถีชีวิตท้องถิ่น ความเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และช่องทางการสื่อสารที่สร้างการมีส่วนร่วมของลูกค้า

สำหรับคำถามวิจัยข้อที่สอง ที่กล่าวว่า การเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านวังโหราฯ ผ่านการออกแบบที่พักและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ชุมชน และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวจนใช้จ่าย

เพิ่มขึ้นและกลับมาใช้บริการซ้ำ สามารถทำได้อย่างไร ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การออกแบบพื้นที่ที่พักให้มีความยืดหยุ่นและมีอัตลักษณ์ มีสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งสามารถตอบสนองกับทั้งพฤติกรรมการพักผ่อนและความต้องการของผู้มาพัก และเชื่อมโยงกับกิจกรรมของชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มาพัก เป็นวิธีการสร้างประสบการณ์เชิงลึกซึ่งสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่า อันนำไปสู่การสร้างความประทับใจและพึงพอใจในการใช้จ่ายเพื่อกลับมาใช้บริการ รวมทั้งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาที่พักเพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวได้ นอกจากการพัฒนารูปแบบของที่พักแล้ว ยังสามารถนำไปพัฒนาการวางแผนของกิจกรรม การให้บริการ ตลอดจนนำไปสู่การจัดหาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นมาจำหน่าย เพื่อต่อยอดและเชื่อมโยงกับชุมชน

ในด้านความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 13 ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งกำหนดให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพควรดำเนินการผ่านการสร้างประสบการณ์ที่ดี เน้นอัตลักษณ์ท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนและความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในหมุดหมายที่ 2 ซึ่งกล่าวถึง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานและตอบโจทย์คุณภาพชีวิตที่ดีของนักท่องเที่ยว”เห็นได้ว่า ทั้งปัจจัยและเครื่องมือที่เป็นผลจากการวิจัยนั้น สามารถแสดงถึงความเชื่อมโยงในหัวข้อดังกล่าวได้ รวมไปถึงความสัมพันธ์กับแนวคิด “โมเดลอารมณ์ดี มีความสุข (Happy Model)” ซึ่งเป็นกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ กินดี อยู่ดี ออกกำลังกายดี และแบ่งปันสิ่งดี ๆ โดยพบว่า ที่พักที่สามารถออกแบบให้เอื้อต่อการกินอาหารท้องถิ่น การพักผ่อนในบรรยากาศธรรมชาติ การมีกิจกรรมนันทนาการและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชน มีผลต่อความประทับใจและความผูกพันของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนั้น ในกรอบของแนวคิดทฤษฎี ผู้วิจัยยังพบความสอดคล้องของผลวิจัยกับองค์ประกอบหลักทั้ง 4 ของทฤษฎีด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การตลาดเชิงมีส่วนร่วม และบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งถูกสะท้อนผ่านการจัดกิจกรรมท้องถิ่น การเล่าเรื่องราว (storytelling) ในที่พัก และรูปแบบการบริการที่เน้นการเรียนรู้และมีส่วนร่วม

ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ประเด็นที่น่าสนใจจากผลการวิจัย คือ แม้ว่าภาครัฐจะเน้นมาตรฐานที่พักในเชิงกายภาพและสุขอนามัยเป็นสำคัญ (เช่น ความสะอาด ปลอดภัย ได้มาตรฐาน) แต่ผลการวิจัยชี้ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ “ประสบการณ์ที่พักที่มีเรื่องราวและเอกลักษณ์เฉพาะ” มากกว่า “มาตรฐานที่เป็นข้อเขียน” ที่กำหนดโดยคณะทำงานซึ่งเป็นผู้สร้างนโยบาย แต่อาจไม่ใช่ผู้มีประสบการณ์ในด้านนั้น ประเด็นนี้อาจมีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในกลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงานหรือกลุ่มที่ชื่นชอบการถ่ายทอดเรื่องราวหรือประสบการณ์จากการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์

อ้างอิงจากผลงานวิจัยการจัดการที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ชุมชนสามเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา (Pimporn Pimsuwanna et al., 2018) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนต่อการจัดการที่พักแรม ซึ่งนำไปสู่การนำเสนอรูปแบบและกระบวนการจัดการที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตำบลสามเรือน อำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีกลุ่มตัวอย่างงานวิจัย 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มนำร่องอาชีพ กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้มาเที่ยวงานวันเห็ดตับเต่างามที่สามเรือนครั้งที่ 7 นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า ชุมชนสามเรือนมีศักยภาพต่อการจัดการที่พักแรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ 1) ด้านกายภาพ 2) ด้านสิ่งแวดล้อม 3) ด้านสิ่งก่อสร้าง สถาปัตยกรรม บ้านเรือน 4) ด้านบุคคล และ 5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนนั้น มีอายุในช่วง 31-40 ปี มีรายได้เฉลี่ย 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว มีความสนใจพักค้างคืน โดยให้ความสนใจในกิจกรรมท้องถิ่น เช่น การเก็บเห็ดตับเต่า การปั่นจักรยานท่องเที่ยว การทำขนมและอาหาร กิจกรรมพายเรือ และชมนกกระจาบ ซึ่งมีงบประมาณค่าใช้จ่ายสำหรับที่พัก 1 คืน รวมอาหารเย็น 1 มื้อ ไม่เกิน 500 บาท พบข้อค้นพบที่สอดคล้องกับผลการวิจัยเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า นอกจากที่พักจะต้องตั้งอยู่ในพื้นที่อนุรักษ์ที่มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์แล้วและสวยงามแล้ว จำเป็นจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผ่านการออกแบบอย่างกลมกลืนกับอัตลักษณ์ทางธรรมชาติของท้องถิ่น และมีขนาดพื้นที่ที่สามารถปรับได้ตามความเหมาะสมต่อ

จำนวนนักท่องเที่ยว ตลอดจนมีการสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตร เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีกิจกรรมที่สนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น

8. การสรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบระหว่างคำถามการวิจัย แนวคิดทฤษฎี และนโยบายระดับชาติ โดยมีแกนสำคัญอยู่ที่การออกแบบเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ เช่น แนวคิด โมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้ในการออกแบบที่พักเพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการในที่พัก ควบคู่กับการเล่าเรื่องผ่านอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มคุณค่าเชิงสัญลักษณ์และเชิงเศรษฐกิจแก่การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น และยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพได้อย่างเป็นรูปธรรม หากมีการผสานแนวคิดในการออกแบบสถาปัตยกรรมที่แสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้เข้ากับการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน โดยมีข้อตกลงหรือกรอบความร่วมมือที่สะท้อนคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างชัดเจน ซึ่งจากผลการวิจัย ปัจจัยสำคัญ 5 ประการ สามารถไปใช้กำหนดแนวทางในการพัฒนาที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีมาตรฐานด้านการออกแบบ การบริการและกิจกรรม และสามารถนำไปพัฒนาชุมชนได้อย่างยั่งยืน นอกจากนั้น ยังพบข้อบ่งชี้ว่า ต้นแบบทางการออกแบบสถาปัตยกรรมและการตลาด มีความสำคัญในการใช้เป็นเครื่องมือการศึกษาให้ผู้ประกอบการได้นำไปประยุกต์ใช้ โดยต้นแบบดังกล่าว จะช่วยพัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเปลี่ยนต้นทุนในการดูแลที่พัก ธรรมชาติและวัฒนธรรม มาเป็นการสร้างรายได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้นได้อย่างทั่วถึง

9. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บ้านวังโหรา อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ด้านการท่องเที่ยว เพื่อนำปัจจัยที่ได้ไปใช้กำหนดแนวทางในการพัฒนารูปแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีมาตรฐาน และสร้างเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะทั้งในระดับเชิงปฏิบัติและเชิงนโยบาย ดังนี้

9.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

การออกแบบที่พัก

- ควรออกแบบที่พักให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ผ่านรูปแบบทางสถาปัตยกรรม วัสดุ การตกแต่ง และการจัดกิจกรรม เพื่อสร้างความโดดเด่นและจดจำได้ในระดับภาพลักษณ์
- การจัดพื้นที่ใช้สอยควรคำนึงถึงความยืดหยุ่น รองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อน ผู้เลี้ยงสัตว์ หรือกลุ่มที่สนใจการถ่ายภาพและสร้างสื่อผ่านดิจิทัล รวมทั้งการออกแบบโดยคำนึงการขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มผู้ใช้งานประเภทผู้สูงอายุและผู้พิการ ซึ่งจะสามารถยกระดับการให้บริการ และสร้างมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงที่พัก ตามแนวคิด Tourism for all
- สภาพแวดล้อมของที่พักควรเชื่อมโยงกับธรรมชาติ ส่งเสริมความรู้สึกผ่อนคลาย เช่น มีพื้นที่สีเขียว พื้นที่เงียบสงบสำหรับการพักผ่อน และแสงธรรมชาติ

การบริหารจัดการที่พักและบริการ

- ควรพัฒนากิจกรรมเสริมที่ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชน เช่น การเก็บผัก ป้อน

อาหารสัตว์ การจัดเวิร์กชอปด้านหัตถกรรมหรือการทำอาหารท้องถิ่น เพื่อเพิ่มคุณค่าทางประสบการณ์

• ส่งเสริมการใช้ช่องทางการสื่อสารดิจิทัล โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านผู้เข้าพักจริง เช่น การรีวิว รูปภาพ หรือวิดีโอ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและการมีส่วนร่วม

• ควรจัดอบรมบุคลากรในด้านการบริการแบบมีส่วนร่วม และถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชน เพื่อสร้างความเข้าใจและความประทับใจให้นักท่องเที่ยว

9.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

นโยบายจากภาครัฐ

• หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนกำหนดมาตรฐานการออกแบบที่พักในชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยใช้มาตรฐานด้านกายภาพและสุขอนามัย ควบคู่ไปกับการรณรงค์หรือเชิญชวนผู้ประกอบการหรือเจ้าของที่พักให้คำนึงถึงการออกแบบที่พักซึ่งประกอบด้วยมิติด้านวัฒนธรรม อัตลักษณ์ ประสบการณ์ และอารมณ์ร่วมชองผู้เข้าพัก อันเป็นส่วนเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับที่พัก

• ควรส่งเสริมแนวคิด “โมเดลอารมณ์ดี มีความสุข (Happy Model)” และ แนวทาง BCG Economy Model ให้เป็นส่วนหนึ่งของเกณฑ์การประเมินและแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับชุมชน

• สนับสนุนให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนและพัฒนาที่พัก เพื่อให้ชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริงมากกว่าการเป็นเพียงผู้ให้เช่าพื้นที่

9.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

• ควรมีการศึกษารูปแบบที่พักในบริบทชุมชนท่องเที่ยวลักษณะอื่น ๆ เช่น ชุมชนชายฝั่ง ภูเขา หรือพื้นที่เมืองเก่า เพื่อเปรียบเทียบและพัฒนาแนวทางให้เหมาะสมกับบริบทเฉพาะ

• ควรดำเนินการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ

• ควรมีการพัฒนาแบบจำลองการออกแบบที่พักเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่น และใช้เป็นกรอบแนวทางในระดับนโยบายได้ในอนาคต

10. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากกองทุนวิจัยสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง รหัสโครงการ 2567-02-02-026 และขอขอบพระคุณชาวบ้าน ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ที่ทำการป่าชุมชนและการท่องเที่ยว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และเครือข่ายองค์กรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บ้านวังโหรา อำเภอด่านข้าง จังหวัดสุพรรณบุรี รวมทั้งนักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ตลอดจนผู้ประสานงานและผู้ช่วยวิจัยที่ให้การสนับสนุนจนงานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วง

เอกสารอ้างอิง

Danchani, A., & Chesamath, S. (1995). *Ecotourism in Thailand: A study on the potential of tourist attractions and management guidelines. Part 2: Management guidelines*. In *One hundred articles on forestry 1995* (pp. 187–191). Kasetsart University, Faculty of Forestry, Forest Research Center. (in Thai)

Farha, F. F., Afroj, S., Hasan, Md. M. U., & Farzana, E. (2025). Understanding the changes in long-distance travel behavior due to socio-economic and pandemic drivers. *IATSS Research*, *49*(2), 280-289. https://doi.org/10.1016/j.iatssr.2025.06.003

McKercher & Du Cros. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership between Tourism and Cultural Heritage Management*. Haworth Hospitality Press.

National Competitiveness Enhancement Fund Management and Administration Unit (NBTC). (2023). *HAPPY MODEL Handbook: Good Mood Model, Happiness, Development towards High Quality Tourism.* NBTC. (in Thai)

National Science and Technology Development Agency (NSTDA). (2022). *20-Year National Strategy (2018 – 2037).* https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/ratchakitcha-national-strategy-2561-2580/ (in Thai)

Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC), Office of the Prime Minister. (2023). *Draft of the thirteenth National Economic and Social Development Plan, 2023 - 2027.* Office of the National Economic and Social Development Council. (in Thai)

Ong Phra Subdistrict Administrative Organization. (2015). *Administrative areas.* https://www.ongpra.go.th/condition (in Thai)

Pimsuwanna, P., Samran-in, C., Sakulrat, T., Preuk-sa, R., & Chuen-peung, B. (2018*).* Accommodation Management in Ecotourism Destinations: Sam Ruean Community, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Area Based Development Research Journal*, *10*(1), 33-43. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/abcjournal/article/view/95251 (in Thai)

Richards, G., & Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture. *Tourism management, 27(6),* 1209-1223. https//doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002

Sopha, J., Yenchaiyapruek, R., Chunhapantharaksa, R., Sriratu, P., & Ratthasonthi, K. (2022). *Development of human capital potential in Lao Krang cultural tourism, Suphan Buri Province.* Suan Dusit University Printing House. (in Thai)

Srirak, C. (2020*). Handbook: Knowledge of tourism administration and management in the Suphan Buri River Basin. Creative tourism concept.* National Research Council of Thailand (NRCT). (in Thai)

Stake, R. E. (1988). Case study methods in educational research: Seeking sweet water. In R. M. Jaeger (Ed.), *Complementary methods for research in education* (pp. 253-300). American Educational Research Association.

Statistics and key indicators, National Statistical Office. (2024). *Total number of tourists January - October 2024.* https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/statistics_and_indicators?impt_branch=320 (in Thai)

Suphan Buri Provincial Statistical Office, National Statistical Office. (2021). *Suphan Buri Provincial Statistical Report 2021.* National Statistical Office. (in Thai)

Tourism Service Development Division Action Plan, Department of Tourism. (2022). *Tourism Service Development Plan 2023 - 2027.* Department of Tourism. (in Thai)