

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขยายตัวของการท่องเที่ยว โครงสร้างรายได้
และการกระจายรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

FACTORS AFFECTING THE TOURISM EXPANSION, INCOME STRUCTURE AND
INCOME DISTRIBUTION OF THE TOURISM COMMUNITY IN THE EASTERN
REGION

ประไพพิศ สวัสดิ์รัมย์

อาจารย์ประจำสาขาการบัญชีบริหาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

मुखसुदा पुलสวัสดิ์

อาจารย์ประจำสาขาการโรงแรมและท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขยายตัวของการท่องเที่ยวชุมชน โครงสร้างรายได้ และการกระจายรายได้ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออก คือ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด จำนวน 600 ครัวเรือน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์กับหัวหน้าครัวเรือนหรือสมาชิกครัวเรือน โดยทำการเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม และสุ่มตัวอย่างแบบง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การกระจายรายได้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์จี

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขยายตัวของการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกคือ ปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว และการให้บริการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ 1) ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม 2) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และ 3) ปัจจัยทางด้านสังคม

สำหรับโครงสร้างรายได้ส่วนใหญ่ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจะเป็นรายได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีสัดส่วนมากที่สุด โดยรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์เป็นรายได้ที่มีสัดส่วนมากที่สุด ส่วนรายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะมีรายได้จากเงินเดือนเป็นรายได้ที่มีสัดส่วนมากที่สุด สำหรับการกระจายรายได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และรายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยวมีการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.7006 และ 0.6929 ตามลำดับ ดังนั้น ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์ การพัฒนา และการปรับปรุงแหล่งชุมชนท่องเที่ยว เพื่อสร้างโอกาสในการกระจายรายได้สู่ชุมชน และมีการจ้างงานในแหล่งชุมชนท่องเที่ยวมากขึ้นต่อไป

คำสำคัญ : ผลกระทบ การขยายการท่องเที่ยว โครงสร้างรายได้ การกระจายรายได้

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine factors affecting the growth of the tourism community. Revenue structure and distribution of tourism income communities in the eastern province of Chonburi, Rayong, Chanthaburi and Trat, 600 households were collected by using questionnaires and interviews with the head of household or household member. Sampling by the group (Cluster Sampling), and a random sample (Simple Random Sampling) were used the data analysis included percentage, mean, standard deviation, and income distribution analysis with a Gini Coefficient.

The results showed a factor affecting the growth of tourism in the East is the political, economic, social, environmental, information technology of tourism and travel, the promotion of tourism marketing, and services on tourism. The most third priority factors impact tourism growth as 1) environmental, 2) information technology on tourism, and 3) social factors.

Most majority on income structure of the tourism community about tourism income accounted proceeds, the sale of a product as be the highest income accounted. Income-not related to tourism as a salary that is the most income. The distribution of income associated with tourism and income are not related to tourism of community tourism income distribution are inequality. The coefficient is 0.7006 and 0.6929, respectively. Thus the government and relevant agencies should set a strategy, develop and improve tourism community to create opportunities for income distribution to the community, including employment in the community to travel more.

Keywords: Impact, Tourism Expansion, Income Structure, Income Distribution

1. บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการพัฒนาประเทศ และรัฐบาลไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จะเห็นได้จากรัฐบาลได้จัดสรรงบประมาณประจำปี 2554 ในเรื่อง แผนงานปรับโครงสร้างเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวและบริการ จำนวน 9,290 ล้านบาท เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยและจัดกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ อำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว พัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวและบริการให้ได้มาตรฐาน พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการให้มีศักยภาพสามารถแข่งขันได้ ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน สนับสนุนผู้ประกอบการด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดไปสู่ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาระดับธุรกิจมีศักยภาพผู้ประกอบการนำเที่ยวและการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย (สำนักงบประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2553) ในปี พ.ศ.2552 ที่ผ่านมากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้สรุปจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยตลอดทั้งปี มีจำนวนกว่า 14 ล้านคน ส่งผลให้มีรายได้เข้าสู่ประเทศ 527,466.53 ล้านบาท (สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศถือว่ามีสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมาก และหากมีการขยายการท่องเที่ยวไปสู่ชุมชนก็จะเป็นการสร้างโอกาสในการกระจายรายได้สู่ชุมชน และมีการจ้างงานเกิดขึ้นในชุมชน โดยในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เพราะเป็นการท่องเที่ยวแบบสร้างส่วนร่วมให้แก่ชุมชน สนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสร้างรายได้แก่เศรษฐกิจชุมชนของประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งปัจจุบันภาครัฐได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของชุมชนโดยการสนับสนุนให้องค์กรท้องถิ่นสามารถกำหนดนโยบาย เป้าหมาย แผนงาน และกิจกรรมด้านการ

ท่องเที่ยวได้อย่างเป็นอิสระโดยทางภาครัฐจะสนับสนุนด้านความรู้ ประสบการณ์ และงบประมาณอุดหนุนผ่านกลไกของรัฐในรูปแบบต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามการขยายตัวของการท่องเที่ยวสู่ชุมชนถึงแม้จะก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนแต่การกระจายรายได้ดังกล่าวอาจมีผลกระทบได้ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ เช่น ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้และความยากจนรุนแรงขึ้น ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งจะนำไปสู่ความขัดแย้งในสังคมมากขึ้น เป็นต้น

คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ชุมชน ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน ทั้งนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการขยายการท่องเที่ยวสู่ชุมชนอาจจะทำให้เกิดผลกระทบตามมา ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงต้องการวิเคราะห์ผลกระทบของการขยายตัวของการท่องเที่ยวที่มีต่อระบบเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ของชุมชน เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์ปัญหาและโอกาสเกี่ยวกับการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อการวางรูปแบบการท่องเที่ยวและการกระจายรายได้ที่มีความเหมาะสมกับชุมชน ซึ่งจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสู่ชุมชนให้เกิด “การพัฒนาที่ยั่งยืนและพึ่งพาตนเองได้” ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขยายตัวของการท่องเที่ยวในภาคตะวันออก
- 2.2 เพื่อศึกษาโครงสร้างรายได้ และการกระจายรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

3. ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ผลกระทบของการขยายตัวของการท่องเที่ยวที่มีต่อระบบเศรษฐกิจและการกระจายรายได้ของชุมชนซึ่งจะนำแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องดังกล่าวมาอ้างอิงในประเด็นที่สำคัญดังนี้

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความต้องการท่องเที่ยว (Determinants of Demand for Tourism) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของมนุษย์ ตามแนวคิดของ มิทเดิลตัน (Middleton) มีดังนี้ (อารยา วรณประเสริฐ, 2542: 16–17)

1) สภาพเศรษฐกิจ (Economic Factors) ถือเป็นส่วนที่ช่วยเอื้ออำนวยให้คนจับจ่ายใช้สอย ทำให้เกิดความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว

2) ลักษณะของประชากร (Demographics Factors) ได้แก่ ขนาดองค์ประกอบของครอบครัว อายุ การศึกษารายได้ และประสบการณ์มีผลต่อการกำหนดรูปแบบและปริมาณการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว

3) สภาพภูมิประเทศ (Geographic Factors) ภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยว จะมีผลกระทบต่อข้อกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว เช่น คนที่อยู่อาศัยในแถบทะเลจะไม่รู้สึกต้องการไปชมหรือพักผ่อนทะเล

นอกจากนี้สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ และสังคมที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่นมีอิทธิพลต่อทัศนคติและรสนิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติ

4) สภาพสังคมและวัฒนธรรม (Socio – Culture Factors) รูปแบบของวัฒนธรรมและทัศนคติคนในสังคม มีอิทธิพลอย่างมากต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

5) นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ (Government / Regulatory Factors) เช่น ปัญหาการสู้รบ ความตึงเครียดทางการเมือง การกำหนดจำนวนวันหยุดประจำปี และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

6) ราคา (Price) ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกที่จะท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง

7) ความสะดวกในการเดินทาง (Transport Factors) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมีผลกับการท่องเที่ยว เช่น มีสายการบินตรงสู่จุดหมายปลายทางที่ต้องการหรือไม่

เวลาที่ใช้ในการเดินทางมากน้อยเพียงใด เข้าออกสถานที่ท่องเที่ยวสะดวกหรือไม่ เป็นต้น

8) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relations) เป็นส่วนที่กระตุ้นความสนใจหรือความนิยมของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่กำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยวตามทฤษฎีของมิทเดิลตัน (Middleton) ดังกล่าวเป็นส่วนกระตุ้นความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยว ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีนี้เป็นแนวคิดในการทำวิจัย และนอกจากปัจจัยที่กำหนดความต้องการของการท่องเที่ยวแล้วก็ยังมีปัจจัยของธุรกิจ ในมุมมองของลูกค้าคือ คุณภาพการบริการที่ผู้ให้บริการหยิบยื่นและส่งมอบความประทับใจของการบริการให้แก่ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจ และก่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีแก่ลูกค้า รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านั้นกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการสร้างความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการของเราตลอดไป (ศิริพร วิษณุหิมาชัย, 2539)

3.2 ทฤษฎีการวัดการกระจายรายได้

การวัดการกระจายรายได้ใช้ดัชนีวัดการกระจายรายได้ 3 วิธี คือ การวัดโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini Coefficient) การวัดค่าความแปรปรวนของรายได้ในรูปลอการิทึม (Variance of Logarithm-income) และค่าดัชนีของเชอร์ร็อก (Shorrocks' index)

1) การวัดโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini coefficient) เป็นวิธีที่นิยมใช้กันทั่วไป เนื่องจากมีแนวคิดทางทฤษฎีรองรับที่ชัดเจนและสามารถเข้าใจได้ง่าย โดยการใช้เส้นโค้งลอเรนซ์ในการอธิบาย การวัดการกระจายรายได้โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์จินีจะเริ่มจากการเรียงลำดับครัวเรือนตามรายได้ที่ได้รับจากน้อยไปมาก แล้วทำการแบ่งกลุ่มตามลำดับที่ของครัวเรือน จากนั้นนำมาหาค่าร้อยละของความถี่สะสมทั้งทางด้านจำนวนครัวเรือนและรายได้ เมื่อได้ค่าร้อยละของความถี่สะสมของทั้งจำนวนครัวเรือนและรายได้ก็นำมาแสดงเป็นรูปกราฟเรียกว่า เส้นโค้งลอเรนซ์ สามารถหาค่าสัมประสิทธิ์จินี (Fei, Renis และ Kuo, 1979)

จากสมการ

$$G = 1 - \sum_{i=0}^{n-1} K_{i+1} (Y_i + Y_{i+1})$$

โดยกำหนดให้

G = ค่าสัมประสิทธิ์จีนี้,

K_i = อัตราส่วนร้อยละของครัวเรือน,

$i = 1, 2, 3, \dots, n$

n = จำนวนชั้นของรายได้, และ

Y_i = อัตราส่วนร้อยละสะสมของรายได้ของครัวเรือนจนถึงลำดับที่ i

2) การหาค่าความแปรปรวนของรายได้ในรูปลอการิทึม (*Variance of Logarithm-income*) การวิเคราะห์โดยวิธีนี้เป็นการนำค่าของสถิติหรือการนำหลักวิชาสถิติวิชามาใช้ โดยการกำหนดให้การกระจายรายได้ถูกวัดโดยค่าความแปรปรวนของรายได้ประชากร (หรือครัวเรือน) ที่ทำการศึกษาหรือเป็นการวัดค่าความคลาดเคลื่อน (ความผันแปร) ไปจากจุดกลาง (Jitsuchon, 1979)

3) การหาค่าดัชนีเชอร์ร็อก (*Shorrocks' index*) เป็นการวัดการกระจายรายได้ลักษณะเดียวกับวิธีหาค่าความแปรปรวนของรายได้ในรูปลอการิทึม คือเป็นการวัดค่าความคลาดเคลื่อน (หรือความผันแปร) ไปจากศูนย์กลาง (คือรายได้เฉลี่ย) แต่ลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างค่าดัชนีเชอร์ร็อกกับความแปรปรวนของรายได้ในรูปลอการิทึม คือวิธีการเปรียบเทียบรายได้ของแต่ละครัวเรือนกับรายได้เฉลี่ย หรือมีความแตกต่างในการวัดค่าความคลาดเคลื่อนไปจากศูนย์กลางนั่นเอง (Jitsuchon, 1979) ในส่วนของการวัดการกระจายรายได้คณะผู้วิจัยได้ใช้การวัดโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์จีนี้ เพราะเป็นวิธีที่นิยม และสามารถความเข้าใจได้ง่าย นั่นคือ ค่าสัมประสิทธิ์จีนี้ได้จะมีค่าตั้งแต่ 0 ถึง 1 ถ้าสัมประสิทธิ์จีนี้มีค่าเท่ากับ 0 หมายถึง การกระจายรายได้มีความเท่าเทียมกันอย่างสมบูรณ์ ถ้าสัมประสิทธิ์จีนี้มีค่าเท่ากับ 1 หมายถึง การกระจายรายได้มีความไม่เท่าเทียมกันอย่างสมบูรณ์

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

วัลย์ลักษณ์ บุญปราบ (2542) ได้ศึกษาถึง การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เกาะสมุย อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า 1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย ด้านสภาพพื้นที่ ได้แก่ การมีธรรมชาติ

ที่สวยงาม ศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเล ภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางคมนาคม ท่าเทียบเรือ ท่าเทียบแพขนานยนต์ที่ได้มาตรฐาน การขยายไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย ที่พักแรมสะดวกสบายไม่แออัดเกินไป ร้านขายของ การรักษาความปลอดภัย นโยบายของรัฐและท้องถิ่นมีแผนงาน โครงการต่างๆสอดคล้องกันทั้งในระดับชาติ ระดับภาค ระดับจังหวัดและระดับพื้นที่ มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

อนันต์ วัฒนากุลจรัส (2506) ได้ศึกษาถึง ผลกระทบของการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อการกระจายรายได้ พบว่า ครัวเรือนที่อยู่นอกภาคเกษตรกรรมจะได้รับผลประโยชน์จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวมากกว่าครัวเรือนที่อยู่ภายในภาคเกษตรกรรม และหากพิจารณาการกระจายรายได้ภายในครัวเรือนที่อยู่ในภาคส่วนการผลิตเดียวกัน พบว่าครัวเรือนที่มีระดับรายได้สูงจะได้รับผลประโยชน์มากกว่าครัวเรือนที่มีระดับรายได้ต่ำกว่า สำหรับในกรณีนี้ ในขณะที่อัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 10 ปรากฏว่าการเพิ่มขึ้นของประโยชน์สุขของครัวเรือน ในภาคเกษตรกรรมที่มีระดับรายได้ต่ำมีเพียงร้อยละ 3.2 แต่สำหรับครัวเรือนนอกภาคเกษตรกรรมที่มีระดับรายได้สูงมีอัตราการเพิ่มขึ้นสูงมากถึงร้อยละ 7.6

4. วิธีการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยได้ดำเนินการศึกษาตามรายละเอียด ดังนี้

4.1 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นนี้มีทั้งข้อมูลในระดับข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ข้อมูลทุติยภูมิ การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น และรายงานทางสถิติต่าง ๆ แผนกระจายรายได้ และการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานอื่นๆ ที่น่าเชื่อถือ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นต้น และจากเว็บไซต์ต่างๆของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เผยแพร่ข้อมูล

2) ข้อมูลปฐมภูมิ การรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามและสัมภาษณ์กับหัวหน้าหรือสมาชิกในครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

4.2 ขั้นตอนในการศึกษา มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เตรียมการสำรวจข้อมูลประชากรที่จะศึกษา และทำการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้สอบถามหัวหน้าหรือสมาชิกในครัวเรือน

ขั้นตอนที่ 2 สำรวจข้อมูลภาคสนาม โดยใช้แบบสอบถามในการสัมภาษณ์หัวหน้าหรือสมาชิกในครัวเรือนในแหล่งชุมชนท่องเที่ยวภาคตะวันออก

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามและผลสัมภาษณ์มาทำการประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผลการวิจัย รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอเป็นรายงานผลงานวิจัย

4.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) คือ ครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในภาคตะวันออก คือ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด โดยผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นหัวหน้าหรือสมาชิกในครัวเรือน 4 จังหวัด จำนวน 600 ตัวอย่างคำนวณจากแนวคิดของทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1967: 919) แบบไม่ทราบจำนวนประชากร ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% และค่าระดับความเชื่อมั่นคือ 98% เนื่องจากแต่ละจังหวัดจะมีชุมชนที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง โดยทุกชุมชนในแต่ละจังหวัดถือว่ามีโอกาสจะถูกเลือกได้เท่าๆ กัน จึงทำการเลือกตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) จากนั้นแต่ละจังหวัดจะมีแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหลายแห่งจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งจะสร้างกรอบตัวอย่างจากจำนวนแหล่งชุมชนท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดแล้วทำการจับฉลากเลือกมาจังหวัดละ 3 แหล่งชุมชนท่องเที่ยว และทำการจัดเก็บข้อมูลแต่ละแหล่งท่องเที่ยวละ 50 ครัวเรือน ดังนี้

1. จังหวัดชลบุรี ได้แก่ เกาะล้าน เกาะสาก และหมู่บ้านช่องแสมสาร
2. จังหวัดระยอง ได้แก่ หาดพยูน หาดเพลา ชุมชนเกษตรบ้านชากมะกูด
3. จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ หาดเจ้าหลาว วัดเขาสูกิม เขาสอยดาว
4. จังหวัดตราด ได้แก่ เกาะช้าง เกาะหมาก

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะมีการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ลักษณะ ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการนำเสนอข้อมูลในลักษณะการบรรยาย ตาราง และแผนภาพ เกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การขยายตัวของการท่องเที่ยว และศึกษาโครงสร้างรายได้และการกระจายรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออก ตามลักษณะที่ได้รับจากแบบสอบถาม และความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขยายการท่องเที่ยวสู่ชุมชน

2) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การขยายตัวของ การท่องเที่ยว โครงสร้างรายได้และการกระจายรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออก โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1) การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การขยายตัวของ การท่องเที่ยวชุมชน ใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2.2) การศึกษาโครงสร้างรายได้ของแหล่งชุมชนท่องเที่ยวโดยใช้การวัดสัดส่วนรายได้จากค่าสถิติร้อยละ

2.3) การศึกษาการกระจายรายได้ของแหล่งชุมชนท่องเที่ยวโดยใช้ดัชนีวัดการกระจายรายได้ด้วยค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini Coefficient)

5. การสร้างแบบสอบถาม

แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ทำการสอบถามโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบ โดยจะสอบถามเกี่ยวกับเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาและสถานภาพในครอบครัว

ส่วนที่ 2 โครงสร้างรายได้ และรายได้ของครัวเรือน ทำการสอบถามในลักษณะคำถามปลายเปิด โดยจะถามเกี่ยวกับรายได้ของครัวเรือนซึ่งแยกเป็น รายได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และรายได้ที่ได้จากบุตรหลาน ญาติ พี่น้องที่ไม่ได้อาศัยอยู่ในบ้านเดียวกัน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวของ การท่องเที่ยว โดยคำถามส่วนนี้เป็นคำถามเพื่อสอบถามถึงระดับของผลกระทบต่อ การขยายตัวเพิ่มขึ้นของการ

ท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งได้กำหนดระดับของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชน 5 ระดับ ตามมาตรวัด (Rating Scale) และปัจจัยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชน โดยคำถามจะจัดทำในลักษณะเป็นข้อความเชิงบวกทั้งหมด

6. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบของการขยายตัวของการท่องเที่ยว โครงสร้างรายได้ และการกระจายรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออก โดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์หัวหน้าหรือสมาชิกในครัวเรือนที่อยู่ในแหล่งชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด

7. ผลการศึกษา

การศึกษานี้ได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยว โครงสร้างรายได้ และการกระจายรายได้ของชุมชนท่องเที่ยว โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียดตามวัตถุประสงค์ที่จะทำการศึกษาดังนี้

7.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุ 25-35 ปีมากที่สุดคิดเป็นอัตราร้อยละ 33.20 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 36-45 ปี และ 46-55 ปี โดยมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ อัตราร้อยละ 24.30 และ 24.00 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายมากที่สุดคิดเป็นอัตราร้อยละ 36.70 รองลงมาคือ พนักงานบริษัท คิดเป็นอัตราร้อยละ 16.00 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับประถมศึกษา และระดับมัธยมศึกษามากที่สุดคิดเป็นอัตราร้อยละ 34.30 และ 30.30 รองลงมา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี อัตราร้อยละ 21.00 ผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นแม่บ้านคิดเป็นร้อยละ 45.80 รองลงมาคือบุตร และพ่อบ้านอัตราร้อยละ 25.70 และ 25.20 ตามลำดับ จำนวนสมาชิกที่อาศัยอยู่ในครัวเรือนมีจำนวน 1-3 คนมีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 81.30 รองลงมา มีจำนวน 4-6 คน ร้อยละ 17.20

7.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อศึกษาปัจจัยที่มี

ผลกระทบต่อการขยายตัวของ การท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

จากตารางที่ 7-1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นภาพรวมของทุกปัจจัยส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนถึงอัตราร้อยละ 99.83 โดยส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.83 (S.D. = 0.61) หากศึกษาทีละปัจจัยพบว่า แต่ละปัจจัยมีผลกระทบต่อ การขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนเกินกว่าอัตรา ร้อยละ 90 โดยส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับมาก แต่ละปัจจัยมีค่าเฉลี่ยที่ใกล้เคียงกันอยู่ในช่วงระหว่าง 3.75-3.97 (S.D. = 0.69-0.85)

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนมากที่สุด คือ ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 (S.D. = 0.85) รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 (S.D. = 0.77) ส่วนปัจจัยทางด้านสังคม และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ย เท่ากันอยู่ที่ 3.85 (S.D. = 0.73) ปัจจัยด้านการให้บริการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80 (S.D. = 0.69) ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78 (S.D. = 0.75) ปัจจัยด้านการเมืองมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 (S.D. = 0.72) และปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 (S.D. = 0.74) โดยแต่ละปัจจัยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 7-1 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบและไม่ส่งผลกระทบต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชน	ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว (อัตราร้อยละ)	ไม่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว (อัตราร้อยละ)	Mean	S.D.	ระดับผลกระทบ
ผลกระทบโดยภาพรวมทุกปัจจัย	99.83	0.17	3.83	0.61	มาก
ปัจจัยทางด้านการเมือง	100.00	0.00	3.76	0.72	มาก
ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ	99.67	0.33	3.75	0.74	มาก
ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว	99.67	0.33	3.78	0.75	มาก
ปัจจัยทางด้านสังคม	99.83	0.17	3.85	0.73	มาก
ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม	99.17	0.83	3.94	0.77	มาก
ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	99.83	0.17	3.97	0.85	มาก
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว	100.00	0.00	3.85	0.71	มาก
ปัจจัยด้านการให้บริการท่องเที่ยว	99.67	0.33	3.80	0.69	มาก

ปัจจัยด้านการเมือง

จากตารางที่ 7-1 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยทางด้านการเมืองส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 (S.D. = 0.72) โดยปัจจัยทางด้านการเมืองที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่มีความสงบมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 (S.D. = 1.05) รองลงมาคือสถานการณ์ทางการเมืองระหว่างประเทศที่มีความสงบมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.85 (S.D. = 1.00) และปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวน้อยที่สุดคือ ข้อตกลงว่าด้วยความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่น ข้อตกลงระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.57 (S.D. = 0.88)

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ

จากตารางที่ 7-1 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 (S.D. = 0.74) โดยปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ราคาน้ำมันที่ต่ำลง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.07 (S.D. = 1.18) รองลงมาคือ ระดับค่าครองชีพที่อยู่ในระดับต่ำ เช่น ระดับค่าครองชีพ

ต่ำทำให้ราคาสินค้าและค่าบริการต่ำ ส่งผลต่อการตัดสินใจให้มาเที่ยวหรือซื้อสินค้าและบริการของชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 (S.D. = 0.96) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าเฉลี่ยที่น้อยที่สุดคือ อัตราค่าเงินที่แข็งค่าขึ้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 (S.D. = 0.93)

ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว

จากตารางที่ 7-1 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยทางด้านแหล่งท่องเที่ยวส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.78 (S.D. = 0.75) โดยปัจจัยทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนในด้านต่างๆ อย่างสม่ำเสมอมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 (S.D. = 1.04) รองลงมาคือ ความสะดวกสบายในการเดินทางเข้าถึงชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.06 (S.D. = 0.99) ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนน้อยที่สุดคือ ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.45 (S.D. = 0.84)

ปัจจัยทางด้านสังคม

จากตารางที่ 7-1 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยทางด้านสังคมส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 (S.D. = 0.97) ปัจจัยทางด้าน สังคมที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ทักษะคิดและพฤติกรรมทางบวกของคนในชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ขอบให้คนมาเที่ยวในชุมชนเพราะช่วยสร้างรายได้ให้ชุมชน มีความภูมิใจในชุมชนของตนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 (S.D. = 0.84) รองลงมาคือ มีการร่วมมือกันระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐ เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.01 (S.D. = 0.93) และปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนน้อยที่สุดคือ ทักษะคิดทางบวกของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ช่วงวันหยุดควรมีการพักผ่อนโดยการไปท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.62 (S.D. = 0.88)

ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม

จากตารางที่ 7-1 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.94 (S.D. = 0.77) โดยปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การไม่มีโรคระบาดเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.19 (S.D. = 1.04) รองลงมาคือ การรักษาความสะอาดของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 (S.D. = 0.97) และปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนน้อยที่สุดคือ ลักษณะภูมิอากาศของชุมชน เช่น อากาศร้อน อากาศหนาว ฝนตกมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.73 (S.D. = 0.89)

ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

จากตารางที่ 7-1 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 (S.D. = 0.85) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ มีการนำระบบข้อมูลและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสื่อสารเช่น การ

โฆษณาให้นักท่องเที่ยวได้รู้ และเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 (S.D. = 0.95) รองลงมาคือ มีข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีเพียงพอกับนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.03 (S.D. = 0.94) และปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนน้อยที่สุดคือ เครื่องมือและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการติดต่อ เช่น มีการจองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 (S.D. = 0.99)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว

จากตารางที่ 7-1 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 (S.D. = 0.90) ปัจจัยทางการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวมากที่สุดมีสองปัจจัย คือ คุณภาพของการบริการที่มีอยู่ในชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.12 (S.D. = 0.96) และช่องทางการนำเสนอการให้บริการหรือขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้าที่ทั่วถึง มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.12 (S.D. = 1.02) รองลงมาคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่เพียงพอมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.91 (S.D. = 0.90) และปัจจัยที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนน้อยที่สุดคือราคาของการเข้าชมทรัพยากรธรรมชาติที่เหมาะสมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.61 (S.D. = 0.87)

ปัจจัยด้านการให้บริการท่องเที่ยว

จากตารางที่ 7-1 พบว่า ภาพรวมของปัจจัยด้านการให้บริการท่องเที่ยวส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.80 (S.D. = 0.69) ปัจจัยทางการให้บริการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในระดับมากที่สุดคือ คุณภาพของบุคลากรที่ให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.14 (S.D. = 0.97) รองลงมาการให้บริการที่รวดเร็วมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.10 (S.D. = 0.96) ส่วนปัจจัยอยู่ในระดับปานกลางที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ มัคคุเทศก์มีเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 (S.D. = 0.96)

7.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อศึกษาโครงสร้างรายได้ และการกระจายรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียง

7.3.1 โครงสร้างรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

ตารางที่ 7-2 ลักษณะของโครงสร้างรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

โครงสร้างรายได้	สัดส่วนรายได้ (อัตราร้อยละ)
1. รายได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	61.66
2. รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	37.63
3. รายได้จากญาติ พี่น้องที่ไม่ได้พักบ้านเดียวกัน	0.71
รวมรายได้ทั้งสิ้น	100.00

จากตารางที่ 7-2 พบว่า ลักษณะของโครงสร้างรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออกที่ทำการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 600 ครัวเรือน สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. รายได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว จากการสำรวจพบว่า เป็นรายได้ที่มีสัดส่วนมากที่สุดอัตราร้อยละ 61.66 ของรายได้ทั้งหมด ประกอบด้วย รายได้จากการขายมีสัดส่วนที่มากที่สุดร้อยละ 52.63 โดยจะมีการทำอาหารตามสั่งขายมากที่สุดคิดเป็นอัตราร้อยละ 28.48 รองลงมาคือ รายได้จากการขายของชำและสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไปคิดเป็นอัตราร้อยละ 9.51 ส่วนรายได้จากการให้บริการมีสัดส่วนรองลงมาคิดเป็นอัตราร้อยละ 45.20 โดยมีการให้บริการเช่าที่พักอาศัยค้างคืนมากที่สุดคิดเป็นอัตราร้อยละ 23.01 รองลงมาคือ บริการโดยสารส่งคนหรือนักท่องเที่ยวคิดเป็นอัตราร้อยละ 8.84

2. รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนท่องเที่ยว จากการสำรวจพบว่า เป็นรายได้ที่มีสัดส่วนร้อยละ 37.63 ของรายได้ทั้งหมด ประกอบด้วยรายได้จากเงินเดือนรับราชการหรือพนักงานเอกชนมีสัดส่วนมากที่สุดคิดเป็นอัตราร้อยละ 57.36 รองลงมาคือ รายได้จากการเกษตรกรรมมีสัดส่วนอัตราร้อยละ 24.38 โดยมีการทำสวนมากที่สุดคิดเป็นอัตราร้อยละ 17.75 รองลงมาคือ ทำไร่คิดเป็นอัตราร้อยละ 2.98 ส่วนรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์มีสัดส่วนอัตราร้อยละ 2.66 โดยจะขายตรงและขายสินค้าอุปโภคบริโภคมีสัดส่วนใกล้เคียงกันอัตราร้อยละ 1.26 และ 1.21 ตามลำดับ

3. รายได้จากญาติพี่น้องที่ไม่ได้พักบ้านเดียวกัน คิดเป็นสัดส่วนอัตราร้อยละ 0.71 ของรายได้ทั้งหมด

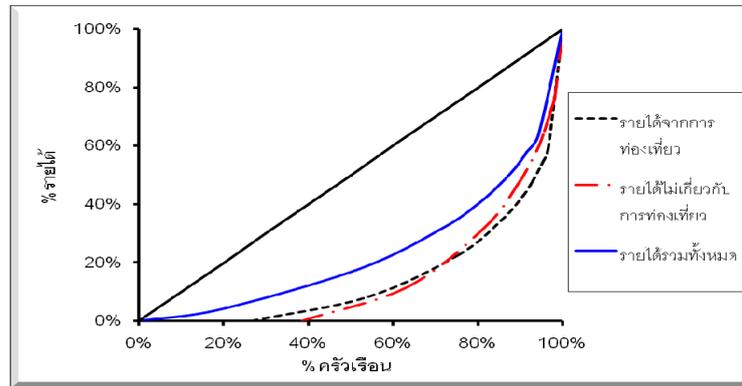
7.3.2 การกระจายรายได้ของรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

ตารางที่ 7-3 การวัดการกระจายรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออก

ประเภทของโครงสร้างรายได้	ค่าสัมประสิทธิ์จินี
รายได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	0.7006
รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว	0.6929
รายได้ทั้งหมดของชุมชนท่องเที่ยว	0.5249

จากตารางที่ 7-3 พบว่า ชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออกมีการกระจายรายได้ทั้งหมดที่ไม่เท่าเทียมกัน โดยค่าสัมประสิทธิ์ของรายได้ทั้งหมดเท่ากับ 0.5249 หากศึกษาแบ่งตามโครงสร้างของรายได้พบว่า รายได้เกี่ยวกับ

การท่องเที่ยวและรายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกันเช่นกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของรายได้เท่ากับ 0.7006 และ 0.6929 ตามลำดับ สามารถแสดงด้วยเส้น โค้งลอเรนซ์ ดังภาพที่ 6-1



ภาพที่ 7-1 การกระจายรายได้จำแนกตามโครงสร้างรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากภาพที่ 7-1 จะเห็นได้ว่า เส้นโค้งลอเรนซ์ของรายได้รวมทั้งสิ้นเข้าใกล้เส้นตรง 45 องศาหรือเส้นความสมบูรณ์มากกว่าเส้นโค้งลอเรนซ์ของรายได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและรายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ดังนั้นสรุปได้ว่า ชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรายได้รวมทั้งหมดที่มีการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมในสัดส่วนที่น้อยกว่ารายได้จากการท่องเที่ยวและรายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

8. อภิปรายผลและสรุปผลการวิจัย

8.1 ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขยายตัวของการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากผลการวิจัยพบว่า ทั้ง 8 ปัจจัย คือ การเมือง เศรษฐกิจ แหล่งท่องเที่ยว สังคม สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยีสารสนเทศการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว และการให้บริการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยอุปทาน (Supply Factor) นั่นคือ ปัจจัยที่สามารถสร้างความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ เกิดการใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยว เป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขยายตัวของการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในระดับมากที่สุด ใน 3 ลำดับแรกตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม คือ 1. ปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อม 2. ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และ 3. ปัจจัยทางด้านสังคม ตามลำดับ หากสรุปแต่ละปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีรายละเอียด ดังนี้

1. **ปัจจัยด้านการเมือง** ที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในชุมชนมากที่สุดคือ สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่มีความสงบจะมีความต้องการท่องเที่ยวมากกว่าประเทศที่มีปัญหาด้านการเมือง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการทางการเมืองของมิดเดิลตัน (Middleton) ที่กล่าวว่า นโยบายทางการเมืองหรือกฎหมายต่างๆ ปัญหาการสู้รบ ความตึงเครียดทางการเมือง นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือสกัดกั้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่รัฐบาลแต่ละประเทศกำหนดเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะเดินทางของนักท่องเที่ยว

2. **ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ** ราคาน้ำมันที่ต่ำลงส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นตรงกันว่า ราคาน้ำมันที่ต่ำลงจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายได้จากการขายสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น ทำให้เศรษฐกิจของประเทศสูงขึ้นตามมา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการทางการเมืองของมิดเดิลตัน (Middleton) กล่าวว่า สภาพเศรษฐกิจที่ดีของประเทศและของท้องถิ่นเอื้ออำนวยให้คนเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น ในประเทศที่พัฒนาแล้วประชากรมีรายได้ต่อหัวสูงมากย่อมมีอำนาจการซื้อมากกว่าประชากรในประเทศที่กำลังพัฒนา

3. **ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว** การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนในด้านต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งถือเป็นการพัฒนาสภาพอุปทานการท่องเที่ยว เนื่องจากการพัฒนาจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่ทรุดโทรม สามารถดึงดูดผู้คนให้

เข้ามาท่องเที่ยว ด้วยเส้นทางคมนาคมที่สะดวกต่อการเข้าถึงชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการทางการท่องเที่ยวของมิดเดิลตัน (Middleton) กล่าวว่า การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการ เช่น มีสายการบินที่ตรงสู่แหล่งท่องเที่ยว เวลาที่ใช้ในการเดินทางมากน้อยเพียงใด เป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไม่เพียงเฉพาะเส้นทางคมนาคมเท่านั้น แต่จะรวมถึงการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จำเป็นที่เหมาะสมกับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

4. ปัจจัยด้านสังคม ที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ทัศนคติและพฤติกรรมทางบวกของคนในชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ชอบให้นักท่องเที่ยวในชุมชนเพราะช่วยสร้างเศรษฐกิจของชุมชนได้ มีความภูมิใจในชุมชนของตนที่ได้รับความสนใจจากผู้คน จึงมีความรู้สึกดีกับผู้มาเยือน เต็มใจต้อนรับ บริการและช่วยเหลือซึ่งกันและกันไม่ว่าเป็นคนในชุมชนด้วยตนเองหรือคนต่างถิ่นที่เดินทางเข้ามา ก่อให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างชุมชน ภาคเอกชน และภาครัฐเพื่อทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการทางการท่องเที่ยวของมิดเดิลตัน (Middleton) กล่าวว่า เพศและเชื้อชาติเป็นปัจจัยที่กำหนดรสนิยมและพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเพศหญิงต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยมากกว่าแบบผจญภัย และทัศนคติคนในสังคม มีอิทธิพลอย่างมากต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น สังคมของประเทศแถบตะวันออกกลาง ไม่เอื้ออำนวยให้ผู้หญิงเดินทางไปยังประเทศอื่นที่อยู่ห่างไกล แต่ในทางกลับกันสังคมชาวตะวันตกเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เดินทาง และยังสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่า ปัจจัยทางสังคม เป็นปัจจัยภายนอกและเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม การซื้อ ลักษณะทางสังคม ประกอบด้วยกลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

5. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยสภาพแวดล้อมที่สะอาด ไม่มีแหล่งเพาะเชื้อโรค ปลอดภัยต่อสุขภาพ ทำให้ไม่มีโรคระบาดเกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอก นับว่าเป็นปัจจัยหลักด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้น

ของการท่องเที่ยวมากที่สุด ส่วนการรักษาความสะอาดของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในชุมชนเป็นปัจจัยลำดับต่อมา เพราะการรักษาความสะอาดของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในชุมชนช่วยลดการแพร่กระจายของเชื้อโรค และลดแหล่งเกิดโรค เมื่อคนในชุมชนไม่ป่วยก็สามารถทำงานได้ นักท่องเที่ยวไม่ป่วยก็เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความต้องการทางการท่องเที่ยวของมิดเดิลตัน (Middleton) กล่าวว่า ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว จะมีผลกระทบต่อข้อกำหนดจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไป คนที่อยู่อาศัยในแถบทะเลจะไม่รู้สึกต้องการไปชมหรือพักผ่อนยังท้องถิ่นที่มีลักษณะแบบเดียวกัน แต่จะมีรสนิยมที่แตกต่างออกไปเพื่อแสวงหาบรรยากาศใหม่ สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ

6. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ มีการนำระบบข้อมูลและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสื่อสาร เช่น การโฆษณา หรือประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนได้รับรู้รวมทั้งการเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนและต้องมีข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีข้อมูลที่เพียงพอกับความต้องการรับรู้ของนักท่องเที่ยวด้วย หากว่ามีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดีแต่ไม่มีข้อมูล มีข้อมูลแต่น้อย หรือข้อมูลไม่เป็นปัจจุบัน ก็ไร้ประโยชน์ เพราะมีความเกี่ยวเนื่องกับการสืบหาข้อมูลของแหล่งเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หรือ เพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการต่างในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจองที่พัก หรือการจองกิจกรรมท่องเที่ยว แม้แต่ร้านอาหารบางร้านต้องจองล่วงหน้าจึงจะได้ใช้บริการ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) กล่าวว่า การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของต้นโดยการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยสื่อต่างๆ

7. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ คุณภาพของการบริการที่มีอยู่ในชุมชน และช่องทางการนำเสนอการให้บริการหรือขายสินค้าให้กับกลุ่มลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวของ Morrison กล่าวว่า สินค้าท่องเที่ยวใน

ผู้บริโภคจำเป็นต้องเดินทางมาบริโภคยังสถานที่ของผู้ผลิต ดังนั้นการพิจารณาในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ผลิตจึงต้องพิจารณาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิต คนกลาง หรือผู้จัดจำหน่ายและผู้ซื้อ

8. ปัจจัยด้านการให้บริการท่องเที่ยว คุณภาพของบุคลากรที่ให้บริการคือปัจจัยทางด้านการให้บริการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการขยายตัวเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในระดับมากที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เนื่องจากเป็นอุปทานแรงงานที่สำคัญในภาคบริการ บุคลากรบริการที่มีคุณภาพต้องมีจิตวิทยาบริการต้องมีความรู้ และมีจิตสำนึกที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างความปลอดภัยแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพและคุณค่าในงาบริการของ ศิริพร วิษณุหิมาชัย (2539) กล่าวว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อธุรกิจในอนาคตคือคุณภาพการบริการที่ผู้ให้บริการหยิบยื่น และส่งมอบความประทับใจของการบริการแก่ลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจและก่อให้เกิดความสัมพันธภาพที่ดีแก่ลูกค้า รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้ากลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

8.2 โครงสร้างรายได้ของชุมชนท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากการศึกษาค้นคว้าพบว่า โครงสร้างรายได้ประกอบด้วย 3 ประเภท สามารถจำแนกรายได้ ดังนี้

1) รายได้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีสัดส่วนที่มากที่สุด (จากตารางที่ 7-2) ประกอบด้วย

1.1) รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ ถือเป็นรายได้ที่มีสัดส่วนมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างครัวเรือนส่วนใหญ่จะทำอาหารตามสั่งขายมากที่สุด เนื่องจากอาหารเป็น 1 ในปัจจัยสี่และเป็นปัจจัยแรกที่มนุษย์ทุกคนต้องการ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนเองก็ต้องการอาหาร อีกทั้งเป็นอาหารที่ปรุงเสร็จใหม่ๆ ผู้สั่งได้รับประทานอาหารที่ยังร้อนจะรู้สึกปลอดภัยกว่าการรับประทานอาหารสำเร็จรูป ดังนั้นทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวจึงนิยมรับประทานอาหารตามสั่ง และนอกจากนี้ยังมีรายได้จากการขายอาหารที่ซื้อมาสำเร็จรูป ขายของที่ระลึกที่ซื้อมาหรือผลิตขึ้นเอง ขายของชำหรือสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป ขายของที่ระลึกที่ผลิตขึ้นเอง ขายอาหารทะเล ขายผักและผลไม้

1.2) รายได้จากการให้บริการ มีสัดส่วนที่รองจากการขายผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างครัวเรือนจะให้บริการเช่าที่พักอาศัยค้างคืนมากที่สุด นักท่องเที่ยวเกือบร้อยละแปดสิบเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมต้องการที่พักอาศัยหากไม่พักกับญาติ หรือคนที่รู้จักก็จำเป็นต้องเช่าที่พักอาศัย อีก

ทั้งราคาที่พักอาศัยเมื่อเปรียบเทียบกับราคาค่าบริการอื่นๆ แล้วจะมีสัดส่วนที่สูงกว่า เช่น นักท่องเที่ยว 1 คน เช่าที่พัก 700 บาทต่อคืน แต่หากเป็นการเช่าอื่นจะมีราคาที่ต่ำกว่า เช่น ค่าเช่าเก้าอี้ชายหาด 50 บาทต่อวัน ค่าเช่าห่วงยาง 30 บาทต่อวัน หรือ ค่าเช่ารถจักรยานยนต์ 500 บาทต่อวัน เป็นต้น

1.3) รายได้จากเงินเดือน กลุ่มตัวอย่างครัวเรือนจะมีรายได้จากการเป็นพนักงานประจำ เช่น พนักงานโรงแรม มีสัดส่วนน้อยที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชุมชนขนาดกลาง ธุรกิจชุมชนจึงเป็นธุรกิจเชิงครัวเรือนที่มีสมาชิกภายในครอบครัวเป็นผู้ดำเนินงานจึงไม่มีความจำเป็นต้องจ้างพนักงาน หรือหากจำเป็นต้องจ้างก็จ้างในปริมาณน้อย

2) รายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว มีสัดส่วนรองลงมาจากรายได้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

2.1) รายได้จากเงินเดือน ถือเป็นรายได้ที่มีสัดส่วนมากที่สุด เนื่องจากในครอบครัวใดที่มีรายได้ประจำเป็นรายเดือน มักจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริม เช่น สามีทำงานประจำ แต่ภรรยาไม่ได้ทำงานนอกบ้าน ก็มักจะเปิดบริการให้สถานที่อาบน้ำจัด ให้เช่ารถจักรยาน หรือรถจักรยานยนต์ เป็นต้น หรือรายได้เสริมจากส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น เปิดร้านขายของชำ หรือรับตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นต้น

2.2) รายได้จากการเกษตรกรรม มีสัดส่วนรองลงมาจากรายได้จากเงินเดือนโดยคนในชุมชนจะทำสวนมากที่สุด ซึ่งถือเป็นอาชีพดั้งเดิมของชุมชน สำหรับอาชีพเกษตรกรรมก็ได้ปรับเปลี่ยนตัวเอง เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพชุมชนปัจจุบัน เช่น บางครอบครัวจากเดิมที่เคยปลูกเฉพาะมะพร้าวกะทิ เพียงอย่างเดียว ก็ปลูกมะพร้าว น้ำหอมเพิ่มเติมเพราะตลาดมีความต้องการ การปลูกผักก็หันมาให้ความสำคัญกับการปลูกผักปลอดสารพิษมากขึ้น สำหรับในส่วนของสวนผลไม้ก็มีการพัฒนาสวนให้สวยงาม มีผลไม้อหลากหลายชนิด เพราะกลุ่มผู้ซื้อไม่ได้มีเฉพาะพ่อค้าแม่ค้าคนกลางเหมือนเมื่อก่อน แต่ปัจจุบันยังกลุ่มลูกค้าปลีกที่เดินทางมาซื้อถึงสวน หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงเกษตรเพิ่มขึ้นด้วย

2.3) รายได้อื่นๆ ซึ่งมีสัดส่วนไม่มากนัก ประกอบด้วย รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ รายได้จากการให้บริการ และธุรกิจส่วนตัว

3) รายได้จากญาติพี่น้องที่ไม่ได้พักบ้านเดียวกัน มีสัดส่วนที่น้อยที่สุด

8.3 การกระจายรายได้ของรายได้ของชุมชนท้องถิ่นในภาคตะวันออก

ผลการวิจัยพบว่า รายได้รวมทั้งหมดมีการกระจายรายได้ทั้งหมดที่ไม่เท่าเทียมกัน หากวัดการกระจายรายได้แยกตามโครงสร้างรายได้พบว่า ทั้งรายได้ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและรายได้ที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกัน

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1) จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐควรจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว เพราะปัจจุบันชุมชนท่องเที่ยวยังขาดการพัฒนาและปรับปรุงในหลายด้าน เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ มลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรมขยะมูลฝอยที่อยู่ในชุมชนท่องเที่ยว เป็นต้น การพัฒนา และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นการนำส่งอุปทานท่องเที่ยวของชุมชนถึงมือนักท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว เป็นการช่วยส่งเสริมการตลาดกับการท่องเที่ยวชุมชน อีกทั้งเป็นช่องทางสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้แจ้งข่าวสาร ติดต่อ แนะนำ หรือขอความช่วยเหลือซึ่งกันและกันได้ เช่น หากคนในชุมชนพบเห็นสภาพแวดล้อมที่ไม่ดีก็สามารถแจ้งให้กับทางผู้เกี่ยวข้องได้รับรู้โดยผ่านช่องทางดังกล่าว หรือนักท่องเที่ยวต้องการความช่วยเหลือก็สามารถใช้สื่อกลางตัวนี้ได้ หรือคนในชุมชน นักท่องเที่ยว หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ก็สามารถแจ้งผ่านสื่อกลางสื่อนี้ได้ เพราะการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนในด้านต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจากผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า คนในชุมชนให้ความสำคัญในสัดส่วนร้อยละ 42.83 ดังนั้น ภาครัฐและเอกชน ควรร่วมมือกันพัฒนาสารสนเทศการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างจริงจัง เพื่อการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักเพิ่มขึ้น และสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายส่งผลให้คนในชุมชนท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐ

และภาคเอกชนที่มีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ควรจัดอบรมให้ความรู้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือผู้ประกอบการระดับชุมชนที่ยังมีจุดอ่อนในเรื่องการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินงาน เพื่อสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขันและพัฒนาตนเองต่อไป ควรเข้าร่วมหรือจัดตั้งโครงข่ายเพื่อการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศแหล่งท่องเที่ยวในระดับจังหวัด เนื่องจากผลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกในสัดส่วนร้อยละ 40.33

2) บุคคลที่ทำหน้าที่ให้บริการบางคนยังขาดความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่พักผ่อน สาธารณูปโภคพื้นฐาน การคมนาคมที่สะดวกต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีบริการนักท่องเที่ยว ขาดความรู้ในการให้บริการอย่างมีจิตสำนึก และขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐในการจัดจ้างบุคลากรที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาดูแล ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐควรทำการปรับปรุงข้อมูลที่เป็นต้องเผยแพร่ หรือต้องเก็บไว้เป็นฐานข้อมูลท้องถิ่นให้เป็นปัจจุบัน สรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับบริการ เพราะการบริการไม่ได้เฉพาะอาชีพในภาคบริการเท่านั้น หน่วยงานภาครัฐก็ต้องให้บริการเช่นกัน การวางแผนพัฒนาควรควบคู่กับการดูแลด้านทรัพยากรที่ใช้ในชุมชน เช่น น้ำ ไฟฟ้า เป็นต้น สำหรับการส่งเสริมอาชีพให้กับคนในชุมชน เพื่อให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น และได้รับการดูแลช่วยเหลืออย่างถูกต้อง

9.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

1) การวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขยายตัวของการท่องเที่ยวในชุมชนเป็นการวิจัยเชิงสำรวจที่มีการวิจัยไม่มากนัก จึงควรทำการศึกษาคั้งต่อไปเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาและปรับปรุงการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2) ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงลึกถึงศักยภาพของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อขยายตัวของการท่องเที่ยวในชุมชนภาคตะวันออก ในแต่ละปัจจัย

3) ควรมีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมในภูมิภาคอื่นๆ เช่น ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานอ้างอิงในการเปรียบเทียบกันได้ในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ

4) ควรมีการศึกษาเชิงลึกสำหรับการประกอบอาชีพรายได้ที่เกิดขึ้นในชุมชนท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างรายได้และส่งเสริมอาชีพให้กับคนในชุมชนท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

กมล รัตนวิระกุล (2549) การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน [Online]. Available: <http://www.thma.org/th>. 25 กันยายน 2550.

เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสวีธรรม (2525) การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจกับปัญหาสิทธิมนุษยชนในประเทศไทย กรุงเทพฯ: สถาบันไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เดชรัต สุขกำเนิด (2534) การวิเคราะห์องค์ประกอบของการกระจายรายได้ของครัวเรือนประมงชายฝั่ง กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นिरนาม (2550) การเติบโตของตลาดท่องเที่ยว [Online]. Available: <http://www.prakard.com/>. 28 กันยายน 2550

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์อมรรการพิมพ์

เพียงจันทร์ ลิขิตเอกราช (2535) การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว: กรณีศึกษางานมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มีงสรรพ์ ขาวสะอาด (2549) คอลัมน์ ดุลยภาพดุลยพินิจ สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มติชนรายวัน วันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2549 ปีที่ 29 ฉบับที่ 10329 [Online]. Available:

<http://www.nidambe11.net/>. 25 สิงหาคม 2550

รุ่งรวี จิตรภักดี (2550) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว [Online]. Available: <http://www.th.wikipedia.or>. 22 สิงหาคม 2550

วลัยลักษณ์ บุญปราบ (2542) การพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเกาะสมุย อ.เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี สงขลา: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยทักษิณ.

ศิริ ฮามสุโพธิ์ (2543) สังคมวิทยาการท่องเที่ยว กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์

เสรี วังสีไพจิตร (2534) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์หน้าต่างสู่โลกกว้าง.

สุพัตรา แต่งเอี่ยม (2544) การเปรียบเทียบการกระจายรายได้และภาวะความยากจนของครัวเรือนเกษตร ไทยในระหว่างปีการเพาะปลูก 2538/39 และปี 2541/42. กรุงเทพฯ: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สำนักงานประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรื. งบประมาณโดยสังเขป ประจำปีงบประมาณ 2554. [Online]. Available: <http://www.bb.go.th/> 3 มีนาคม 2553

อนันต์ วัฒนกุลจรัส (2549) ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวไทย “กระจุก” หรือ “กระจาย”. [Online]. Available: <http://www.tat.or.th/>. 25 สิงหาคม 2550.

อิสรา ศานติศาสตร์ (2538) การประมาณค่าอุปสงค์ของผู้บริโภค ค่าผู้ใหญ่สมมุติ และการกระจายรายได้ในประเทศไทย พ.ศ. 2531 2533 และ 2535 กรุงเทพฯ: รายงานผลการวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bannock G., R.E. Baxter, and Rees, R. (1985). **The Penguin Dictionary of Economics**, 3rd ed. Harmondsworth: Penguin Books Ltd.

Fei, J.C. H., G. Renis and S.W.Y.Kuo. (1979). **Growth with Equity: The Taiwan Case**. New York: Oxford University Press.

Jitsuchon, S. (1987). **Sources and Trend of Income Inequality: Thailand 1975/76 and 1981**. Bangkok: M.S. Thesis, Thammasat University.