

การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา
บ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

โดย

นายอดุลชัย รักดำ
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท ดีเจริญทัวร์ ทราเวล เซ็นเตอร์ จำกัด

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๙
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๕๙ – ๒๕๖๐

บทคัดย่อ

เรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย นาย อุดลชัย รักดำ **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** ๕๙

ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย เป็นชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้รับรางวัลมากมาย จึงทำให้สนใจที่จะทำการศึกษาเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนบ้านนาต้นจั่นในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่าง ศึกษาสภาพแวดล้อมผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในชุมชน การวิจัยในครั้งนี้ ดำเนินการวิจัยประยุกต์ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ที่เน้นรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากชุมชน โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน ๒๐๕ คน ตลอดจนสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยว นักวิชาการ บุคลากรภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน หัวหน้าชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน ๒๐ คน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์โดยนำเสนอโดยการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่าความคิดเห็นด้านศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว โดยภาพรวมศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านภาครัฐและเอกชน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเดินทางท่องเที่ยวแบบส่วนตัว วางแผนการเดินทางมาด้วยตนเอง ใช้รถส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยเป็นครั้งแรกและวางแผนการเดินทางใช้เวลา ๒ วัน โดยจะเลือกพักที่โรงแรม ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวผ่าน website วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยว สถานที่ที่เลือกท่องเที่ยว คือ การเยี่ยมชมวัดวาอารามหรือศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจไปเยี่ยมชม ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย วัดชนะสงคราม วัดโสภาราม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาครั้งนี้ น้อยกว่า ๕,๐๐๐ บาท ตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยอีกครั้งและเดินทางไปจังหวัดกำแพงเพชร นักท่องเที่ยวให้ความคิดเห็นด้านการปรับปรุงและพัฒนา ในด้านการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด เผยแพร่ โปรแกรมเส้นทางการท่องเที่ยว ที่มีความชัดเจนและหลากหลาย พัฒนาสินค้าและบริการ ให้มีความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์สุโขทัย และคุณภาพดี และพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องเล่า (Story) กับสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนให้มีความชัดเจน เชื่อถือได้ ชุมชนบ้านนา

ต้นจัน จังหวัดสุโขทัย มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีผู้นำ มีสมาชิก มีการประชุม วางแผน และมีการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามชุมชนบ้านนาต้นจันยังคงต้องพัฒนาในด้านของภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัย อีกทั้งยังคงต้องพัฒนาด้านของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต ป้ายบอกทาง เป็นต้น เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและส่งผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

คำนำ

ในการศึกษาหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๕๙ ผู้ศึกษาได้จัดทำวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกรณีศึกษา บ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัย งานวิจัยดังกล่าว ได้ดำเนินการในช่วงเวลาของการเตรียมความพร้อม ของการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้ผู้วิจัยเห็นถึงความจำเป็น ที่ระบบราชการต้องเร่งเตรียม ความพร้อมในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น งานวิจัย เล่มนี้ เป็นกรณีศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้กับหน่วยงานและชุมชนอื่นๆ เพื่อนำ แนวทางการศึกษาไปใช้หน่วยงานและชุมชนได้ การหลักสูตรนี้จึงเป็นการดำเนินการในเชิงรุกของ ประเทศที่จะสนับสนุนพัฒนาศักยภาพของผู้นำชุมชนให้ร่วมกันขับเคลื่อนชุมชนให้ไปสู่ความยั่งยืน

ข้อมูลของงานวิจัยสำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือของอาจารย์ที่ปรึกษา ชุมชนบ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัย รวมทั้งเพื่อนๆ ในกลุ่มวิชาการของสำนักงาน ก.พ.ร. และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ของ วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักรทุกท่านที่ได้ให้ความกรุณาเอื้อเฟื้อตลอดเวลาที่ศึกษา ขอกราบ ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

(นายอดุลชัย รักคำ)

นักศึกษาวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๕๙

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
คำนำ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ซ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	7
กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น	
กระทรวงมหาดไทย (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2559	7
แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	10
การท่องเที่ยวโดยชุมชน : "Community-based Tourism : CBT"	12
การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการชุมชน ประเทศญี่ปุ่น	21
แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	26
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	29
โครงการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยว	
โดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ	
เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
กรอบแนวคิดของการวิจัย	60
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	61
ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง	62
การเก็บรวบรวมข้อมูล	63

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
	63
	65
บทที่ 4 ผลการวิจัย	66
ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม	66
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ	66
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้านความคิดเห็น ด้านศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว	68
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย	69
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ (ท่านคิดว่าการบริการทาง การท่องเที่ยวของสุโขทัยควรปรับปรุงอะไรบ้าง และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยควรเป็นอย่างไร)	73
ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์	73
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	78
สรุป	78
อภิปรายผล	82
ข้อเสนอแนะ	86
บรรณานุกรม	87
ประวัติย่อผู้วิจัย	91

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ	67
4-2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านศักยภาพชุมชน ในการจัดการการท่องเที่ยว	69
4-3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย	70

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย ที่ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน หรือในพื้นที่การท่องเที่ยวต่างๆ การท่องเที่ยว จึงเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่สำคัญรัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. ๒๕๒๐ โดยได้บรรจุ การพัฒนาการท่องเที่ยวให้อยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๔ เรื่อยมาจนกระทั่ง ถึงฉบับปัจจุบัน ฉบับที่ ๑๒ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๕ ; ๒๕๕๙) จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ในปี ๒๕๕๒ มีจำนวน นักท่องเที่ยว ๑๔.๒ ล้านคน ในปี ๒๕๕๓ มีจำนวนเพิ่มขึ้น ร้อยละ ๑๒.๖๓ ในปี ๒๕๕๔ มีจำนวน เพิ่มขึ้น ร้อยละ ๒๐.๖๗ และในปี ๒๕๕๕ มีจำนวนนักท่องเที่ยว ๒๙.๘๘ ล้านคน จะเห็นได้ว่ามีจำนวน เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีนักท่องเที่ยวจำนวน ๒๑.๑ ล้านคน ร้อยละ ๗๑.๒๐ เป็นนักท่องเที่ยวจาก เอเชีย รองลงมา เป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรป ๕.๖๓ ล้านคน ร้อยละ ๑๘.๘๔ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๕ ; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๕) ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับ ประเทศ ในปี ๒๕๕๒ มีรายได้ประมาณ ๕.๑ แสนล้านบาท ต่อมาในปี ๒๕๕๓ มีรายได้ประมาณเกือบ ๖ แสนล้านบาท ในปี ๒๕๕๔ มีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณ ๗.๓ แสนล้านบาท และในปี ๒๕๕๕ มี รายได้ ๑.๔๔ ล้านล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๕ ; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๕๕)

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการที่ให้ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการและ เข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนระบบการท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบของการท่องเที่ยวชุมชน (Community - based Tourism) นั้น เป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับอย่าง แพร่หลาย ในการนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งมุ่งเน้นที่จะสร้าง ความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในแหล่งท่องเที่ยว ปัจจุบันรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นที่คาดหวังจะให้ เป็น เครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและท้องถิ่น โดยการกระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการ รักษาสิ่งแวดล้อม การสร้างงาน การกระจายรายได้สู่ชุมชน ไปจนถึงการแก้ไขปัญหาความยากจน แต่โดยส่วนใหญ่แล้วการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนไม่ได้คำนึงถึงศักยภาพความแตกต่างของ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมทั้งอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตดั้งเดิมซึ่งเป็นรากฐานของชุมชนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีความแตกต่างกัน ประกอบกับที่ผ่านมามีการลงทุนและการสนับสนุนของภาครัฐเป็นการลงทุน ขนาดใหญ่ อาทิเช่น การบูรณะปฏิสังขรณ์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสนับสนุนให้ภาคเอกชน ลงทุนในด้านของการบริการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านค้า สถานบริการต่างๆ เป็นต้น (ภราเดช พยัทธิเชียร, ๒๕๕๐) โดยมุ่งเน้นที่จะให้มีการกระจายรายได้ สร้างแรงงานให้ระบบเศรษฐกิจไหลผ่าน (Trickle Down) ไปยังชุมชนในท้องถิ่น แต่ยังคงขาดความชัดเจนในนโยบายและการดำเนินการเรื่อง

การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นสินค้าด้านการบริการ เช่น การพัฒนาขีดความสามารถในการบริหารจัดการของชุมชน การสร้างเครือข่ายของชุมชน การต่อยอดในเรื่องของการตลาด การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ แล้ว ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถและมีความได้เปรียบด้านทรัพยากรพื้นฐาน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๔) ด้วยความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ในทุกภูมิภาค ทุกจังหวัดของประเทศไทย และความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวด้วยแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับถึงความสวยงามติดระดับโลก มีเอกลักษณ์ต่างจากภูมิภาคอื่น รวมถึงอุตสาหกรรมที่สนับสนุนเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพพร้อมที่จะพัฒนาอีกจำนวนมาก เมื่อเปรียบเทียบกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยกับประเทศในทวีปเอเชีย โดยพิจารณาจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ประมาณ ๑๐๔ แห่ง เป็นรองประเทศจีน ญี่ปุ่นและอินเดียตามลำดับ โดยแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และชายหาดของประเทศไทยมีชื่อเสียงมากที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๕)

ด้วยศักยภาพความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศไทยดังกล่าวข้างต้น โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดในภาคใต้ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศต่างต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว แต่เมื่อใดก็ตามที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขยายตัวและมีการพัฒนามากขึ้น ประกอบกับสิ่งที่จะตามมาคือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม ตลอดจนวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชน ท้องถิ่นหรือแหล่งท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งในภาครัฐ เอกชน หรือชุมชนท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบกับ ปัจจุบันนี้เทคโนโลยีเข้ามามีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อไม่ให้วัฒนธรรมของไทยหายไปจึงควรตระหนักถึงความรู้ ภูมิปัญญาชาวบ้าน ซึ่งมีโอกาสที่จะสูญหายไป ถ้าหากเราปล่อยปะละเลย ไม่มีการศึกษาหรือจัดบันทึกการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ดังนั้นการรักษาวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้าน จึงสามารถถ่ายทอดและผ่านการท่องเที่ยวได้ (วรพงศ์ ผูกภู, ๒๕๕๖) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ชุมชน หรืออยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง ดังนั้นจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ชุมชน รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ดังนั้น การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน จึงเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างรายได้ที่ยั่งยืน มีการกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่มีคุณภาพ ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงรักษาไว้ ซึ่งความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

อุปสรรคประการหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนต่าง ๆ คือ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าทางการท่องเที่ยว บริบทชุมชน รวมทั้งอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของชุมชนในแต่ละพื้นที่แตกต่างกัน การบริหารจัดการที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนที่แท้จริงคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวตามบริบทของแต่ละชุมชน ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยอยู่บนพื้นฐานของศักยภาพทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น ศักยภาพด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับศักยภาพทางการบริหาร

จัดการการท่องเที่ยวเฉพาะของแต่ละชุมชน ด้วยเหตุนี้การเรียนรู้จากชุมชนที่มีความเข้มแข็งในการจัดการการท่องเที่ยวจะเป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนอื่น

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี เรื่องที่ ๒ การสร้างความสามารถในการแข่งขัน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้เกิดการสร้างงาน เกิดรายได้ให้กับชุมชนได้อย่างต่อเนื่องต่อไป (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒, ๒๕๕๘) เป็นที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมเป็นจำนวนมาก กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แผนพัฒนาการวิจัยแห่งชาติ ได้ออกนโยบาย โดยเฉพาะนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นถึงทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทยที่มีการส่งเสริมและพัฒนาเป็นอย่างมาก ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น ประกอบกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นสุนทรียภาพจากการท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเป็นจุดหมายสำคัญของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑, ๒๕๕๔ : ๑๐-๑๑)

สุโขทัย จังหวัดที่เคยเป็นราชธานีของไทยในอดีต มีประวัติศาสตร์ยาวนานมากกว่า ๗๐๐ ปี รวมถึงเมืองศรีสัชนาลัย ที่เคยเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญของสุโขทัยเช่นกัน ด้วยศิลปะและความงามของโบราณสถานที่ยังคงหลงเหลือให้คนรุ่นหลังได้เห็นนั้น เป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนดินแดนรุ่งอรุณแห่งความสุข พร้อมกับการชูเมืองสุโขทัยให้เป็นเมืองมรดกโลกของอาเซียนอีกด้วย Slow Life Show Travel เป็นแคมเปญที่จัดขึ้นมาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย มีจุดมุ่งหมายให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัสอารยธรรมและวิถีชีวิตของผู้คนในบริเวณนี้ และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ฉะนั้นชุมชนท้องถิ่นถือความเป็นหัวใจสำคัญในการช่วยพัฒนาชุมชนของตนเองให้มีศักยภาพเพื่อรองรับผู้มาเยือน ห่างจากอุทยานศรีสัชนาลัยทางทิศเหนือไป ๒๖ กิโลเมตร เป็นที่ตั้งของ “ชุมชนบ้านนาต้นจั่น” ชุมชนแห่งนี้ได้รับการรางวัลชนะเลิศ PATA GOLD AWARDS ๒๐๑๒ ประเภท HERITAGE and Culture จากประเทศมาเลเซีย โดยสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และรางวัลยอดเยี่ยม ประเภทองค์กรสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี ๒๕๕๖ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้วยรางวัลที่ การันตีความเข้มแข็งของชุมชนแห่งนี้ รู้หรือไม่ว่า ชาวบ้านบ้านนาต้นจั่นต้องใช้เวลานานกว่า ๒๕ ปี เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน ตั้งแต่ปี ๒๕๓๒ จนถึงทุกวันนี้ ชุมชนแห่งนี้มีความพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวที่อยากมาสัมผัสขนบธรรมเนียมประเพณีและภูมิปัญญาชาวบ้าน

บ้านนาต้นจั่น สืบประวัติไปแล้วมีความเป็นมาของชุมชนยาวนานร่วม ๒๐๐ ปี เริ่มจากกลุ่มคนไม่กี่คนที่อพยพมาจากเมืองโยนก เมืองเชียงแสน จังหวัดเชียงราย เดินทางมาถึงพื้นที่กลางภูเขาที่เต็มไปด้วยต้นจั่นมากมาย และยังเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการตั้งถิ่นฐาน ปัจจุบันภูมิปัญญาชาวบ้านที่ได้รับรางวัลการันตี เช่น ผ้าถุงที่ทำจากผ้าหมักโคลน จนได้ผ้าที่นิ่มและสีไม่ตก, แข่งไม้ไผ่, ตึกตาบาร์โหน และอาหารพื้นบ้านอย่าง ข้าวเปียก ผ้าถุงที่ทำจากผ้าหมักโคลนนั้น ถือว่าเป็นสินค้าที่โดดเด่นของชุมชน ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องถึง ๒๕ ปี จากกลุ่มสมาชิกไม่กี่คน จนขยายเป็นสินค้าระดับประเทศ พร้อมส่งออกไปต่างประเทศอีกด้วย ส่วนเคล็ดลับการทำผ้าหมักโคลนนุ่มและ

สีไม่ตกรัน เพราะธาตุเหล็กที่อยู่ในโคลน จะซึมเข้าไปในเส้นใยผ้าให้ขยายตัว เกิดความนุ่ม ช่วยให้การย้อมสีนั้น ติดทนและสีไม่ตก เวลาสวมใส่ในหน้าหนาวทำให้รู้สึกอุ่นอีกด้วย ส่วนสีที่นำมาย้อมก็ได้จากธรรมชาติอย่าง สีเขียวแก่จากใบมะม่วง, สีเหลืองจากแก่นขนุน, สีแดงจากไม้ฝาง เป็นต้น และที่สำคัญที่ทำให้ผ้าท่งของบ้านนาต้นจันทน์มีเอกลักษณ์ที่สวยงามนั้น คือ ลายขีด หรือลายยกดอกที่สอดด้ายทีละเส้น ที่มีมากกว่า ๕๐ ลาย แข่งลายสองพี่น้อง คือชื่อเรียกของ แข่งผิวและแข่งลาย ซึ่งเป็นแข่งที่สานในฤดูเก็บเกี่ยวเพื่อเก็บพืชผักผลไม้ เช่น แข่งผิว ทำจากผิวเปลือกนอกของปล้องไผ่ มีความทนทานเหมาะสมสำหรับของหนัก ส่วน แข่งลาย ทำมาจากเนื้อในของปล้องไผ่ สำหรับบรรจุของเบาๆนั่นเอง และอีกหนึ่งงานไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของที่นี่คือ ตุ๊กตาบาร์โหน ของเล่นไม้ที่คุณตาวงศ์ เส่าปั้ง เป็นผู้คิดค้นและประดิษฐ์ขึ้นมาเอง วิธีการเล่นคือ บีบปลายด้านล่างของไม้ ตุ๊กตาก็จะโหนแกว่งราวกับคนกำลังโหนบาร์ในท่าทางต่างๆ ถือว่าเป็นของฝากของที่ระลึกที่ได้รับความนิยมของชุมชนนี้ ต้นตำรับอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของบ้านนาต้นจันทน์ก็คือ ข้าวเป็็บ ที่คิดค้นโดย คุณยายเครื่อง วงศ์สารสิน สาเหตุที่คิดทำขึ้นเพราะสมัยก่อนเส้นก๋วยเตี๋ยวราคาแพงและหาซื้อยากคุณยายเลยคิดค้นทำขึ้นเอง ขั้นตอนการทำก็คือ จากการทำข้าวสารมาไม่หिन จากเป็นข้าวเจ้ากรองด้วยผ้าขาวจนได้เป็นครีมข้าวสีข้าว นำมานึ่งจนได้แผ่นบางๆ คล้ายปากหม้อ จากนั้นใส่ผักกั้นตง ผักตำลึง ผักหวานบ้าน แล้วพับแผ่นแบ่งห่อเข้า แล้วนึ่งต่อก่อนจะต้กลใส่ขามแล้วราดน้ำซุปรดุกหมูร้อนๆ โปะไข่ดาวหนึ่ง ใครที่ได้ลิ้มลองแล้วจะติดใจ

การท่องเที่ยวชุมชนเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ชีวิตของคนเมืองได้อย่างดี การที่เราได้ท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตแบบชุมชน ไม่ต้องใช้ชีวิตที่เร่งรีบ ต็มค้ำไปกับอัตลักษณ์ของชาวบ้าน ทำให้เรามีความรู้ความเข้าใจความแตกต่างของวัฒนธรรมและประเพณีได้ สำหรับการเดินทางมาที่บ้านนาต้นจันทน์ ส่วนตัวจะสะดวกที่สุด ใครที่มาเที่ยวอุทยานศรีสขนาลัย หรือเดินทางการท่องเที่ยวอุดรดิษฐ์ สามารถเดินทางต่อมาอีกไม่กี่ไกล ก็ถึงบ้านนาต้นจันทน์ ที่มีโฮมสเตย์ให้พักประมาณ ๑๕ หลัง นอนได้ ๔-๖ คน

จากที่บ้านนาต้นจันทน์ประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จและได้รับรางวัลมากมาย จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำเรื่องการศึกษา รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อจะได้รู้รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อความยั่งยืน เพื่อจะเป็นประโยชน์กับชุมชนอื่นๆ ที่ต้องการในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

๑. ศึกษาศักยภาพชุมชนบ้านนาต้นจันทน์ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน
๒. ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
๓. ศึกษาสภาพแวดล้อมผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน
๔. ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในชุมชน

ขอบเขตของการวิจัย

๑. ขอบเขตด้านพื้นที่
 - ประชากร คือ ผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาต้นจั่น ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้บริหารการปกครอง
๒. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - ๒.๑ ตัวแปรต้น บริบทบ้านนาต้นจั่น
 - ๒.๒ ตัวแปรตาม ศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านมีส่วนร่วมของชุมชน , ด้านการท่องเที่ยว และ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมผลกระทบในการท่องเที่ยว SWOT

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. สามารถนำรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืนและนำไปใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืนไปทิศทางเดียวกัน
๒. สามารถบูรณาการรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืนร่วมกับการปกครองท้องถิ่น เพื่อปรับใช้ในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนให้สอดคล้องกัน
๓. สามารถบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล องค์กรบริหารส่วนจังหวัด ในการร่วมมือเพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน เสริมสร้างความมั่นคงอย่างยั่งยืน และลดการย้ายถิ่นฐานไปทำงานของคนในชุมชน
๔. ได้งานวิชาการ รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการใช้ประโยชน์หน่วยงานอื่นๆ
๕. ได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือในการร่วมกันพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความยั่งยืน มั่นคง

บทที่ ๒

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ทบทวนวรรณกรรม ซึ่งประกอบด้วย กฎกระทรวงแบ่งราชการ การกระจายอำนาจของภาครัฐไปสู่ชุมชน แนวคิด ทฤษฎี การพัฒนา รวมถึงการวิเคราะห์และเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

๑. กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๕๙
๒. แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน
๓. การท่องเที่ยวโดยชุมชน : "Community-based Tourism : CBT"
๔. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการชุมชน ประเทศญี่ปุ่น
๕. แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
๖. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม
๗. โครงการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดย องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)
๘. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
๙. กรอบแนวคิดการวิจัย

กฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการ กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (ฉบับที่ ๒) พ.ศ.๒๕๕๙

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๘ ๓ แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. ๒๕๓๔ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ ๔) พ.ศ. ๒๕๔๓ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยออกกฎกระทรวงไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ให้ยกเลิกความในข้อ ๓ แห่งกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. ๒๕๕๑ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

ข้อ ๓ ให้แบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ดังต่อไปนี้

ก. ราชการบริหารส่วนกลาง

(๑) สำนักงานเลขาธิการกรม

(๒) กองการเจ้าหน้าที่

(๓) กองคลัง

(๔) กองกฎหมายและระเบียบท้องถิ่น

(๕) กองตรวจสอบระบบการเงินบัญชีท้องถิ่น

(๖) กองพัฒนาและส่งเสริมการบริหารงานท้องถิ่น

(๗) กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

- (๘) กองส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาท้องถิ่น
- (๙) ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศท้องถิ่น
- (๑๐) สถาบันพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น
- (๑๑) สำนักบริหารการคลังท้องถิ่น
- (๑๒) สำนักพัฒนาระบบบริหารงานบุคคลส่วนท้องถิ่น

ข. ราชการบริหารส่วนภูมิภาค สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัด

ข้อ ๒ ให้ยกเลิกความในข้อ ๖ แห่งกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. ๒๕๕๑ และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

ข้อ ๖ สำนักงานเลขานุการกรม มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับราชการทั่วไปของกรม และราชการที่มีได้แยกให้เป็นหน้าที่ของกองหรือส่วนราชการใดโดยเฉพาะ อำนาจหน้าที่ดังกล่าวให้รวมถึง

- (๑) ปฏิบัติงานสารบรรณของกรม
- (๒) ดำเนินการเกี่ยวกับงานช่วยอำนวยความสะดวกและงานเลขานุการของกรม
- (๓) ดำเนินการเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์และเผยแพร่กิจกรรมของกรม
- (๔) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับ มอบหมาย

หรือที่ได้รับ มอบหมาย

ข้อ ๓ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นข้อ ๑๐/๑ ข้อ ๑๐/๒ และข้อ ๑๐/๓ แห่งกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. ๒๕๕๑

ข้อ ๑๐/๑ กองพัฒนาและส่งเสริมการบริหารงานท้องถิ่น มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

- (๑) พัฒนาระบบ รูปแบบ และโครงสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- (๒) ส่งเสริมและสนับสนุนให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำ ประสานและ

บูรณาการ แผนพัฒนาท้องถิ่น

(๓) ส่งเสริม สนับสนุน และประสานการบริหารจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม สาธารณสุข และสิ่งแวดล้อม

(๔) ศึกษา วิจัย จัดทำ และพัฒนามาตรฐานการบริการสาธารณะและตัวชี้วัดประสิทธิภาพ การบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจนกำกับดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด

(๕) ดำเนินการวางระบบในการติดตามและประเมินผลการดำเนินการขององค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นให้เป็นไปตามแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเกณฑ์ชี้วัดที่กำหนด

(๖) ส่งเสริม สนับสนุน และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนให้มีส่วนร่วมในการบริหารงาน และตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(๗) ประสาน รวบรวม วิเคราะห์ และดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำงบประมาณเงินอุดหนุน ให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อประกอบการจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีของกรม

(๘) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับ มอบหมาย

ข้อ ๑๐/๒ กองยุทธศาสตร์และแผนงาน มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) ศึกษา วิเคราะห์ และดำเนินการเกี่ยวกับการจัดทำแผนปฏิบัติการสี่ปี และแผนปฏิบัติการประจำปีของกรมให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ นโยบายของรัฐบาลและกระทรวง

(๒) ดำเนินการจัดทำคำของบประมาณรายจ่ายประจำปีของกรม

(๓) เร่งรัด ติดตาม ประเมินผลการปฏิบัติการตามแผนปฏิบัติการสี่ปี และแผนปฏิบัติการประจำปีของกรม และจัดทำรายงานผลสัมฤทธิ์ของแผนปฏิบัติการประจำปีของกรม

(๔) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับ มอบหมาย

ข้อ ๑๐/๓ กองส่งเสริมและพัฒนาการจัดการศึกษาท้องถิ่น มีอำนาจหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) ส่งเสริม สนับสนุน และประสานการบริหารจัดการด้านการศึกษาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และพัฒนากิจการด้านเด็ก เยาวชน ศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

(๒) ศึกษา วิเคราะห์ และจัดทำมาตรฐานการศึกษาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อเป็นแนวทางดำเนินการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาท้องถิ่นในทุกระดับ

(๓) ติดตาม ประเมินผลการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาขีดความสามารถในการจัดบริการ สาธารณะด้านการศึกษา เด็ก เยาวชน ศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น

(๔) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับ มอบหมาย”

ข้อ ๔ ให้ยกเลิกข้อ ๑๕ แห่งกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย พ.ศ.๒๕๕๑

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

พจนานุกรม (๒๕๔๖ : ๑๗๘-๑๗๙) ได้ระบุว่า แนวคิดและต้นกำเนิดของคำว่า อีโคทัวริซึม (Ecotourism) มาจากประเทศตะวันตก มีการให้คำนิยามคำนี้หลากหลายขึ้นอยู่กับภูมิหลังของแต่ละคนหรือสังคมที่ผู้เขียนหรือนักวิชาการคลุกคลีอยู่ โดยส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาที่คู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ในบริบทสังคมไทยที่คนกับธรรมชาติมีความผูกพันใกล้ชิดกัน แนวคิดนี้จึงเน้นบทบาทของคนและชุมชนมากขึ้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า “การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน” ซึ่งมองว่าคนและชุมชนเข้าไปมีบทบาทในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในลักษณะของการเข้าไปมีส่วนร่วมกับส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยมีแหล่งธรรมชาติเป็นฐาน

จากบทเรียนของการพัฒนาประเทศ โครงการพัฒนาหลายโครงการเป็นโครงการที่ดี แต่ไม่สามารถทำได้เนื่องจากมองที่โครงการเป็นตัวตั้งไม่ได้มองที่ประชาชน ดังนั้น การให้บทบาทและ

ความสำคัญของประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและรู้สึกเป็นเจ้าของ เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาที่ยั่งยืน ในส่วนขององค์กรประชาชน และองค์กรพัฒนาเอกชน เห็นว่าหากจะให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยั่งยืน ต้องมองที่ชุมชนเป็นศูนย์กลาง จึงเกิดแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้น

“การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Sustainable Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน” โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม ๕ ด้าน พร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนทิศทางการพัฒนาชุมชนของตนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวจะรุกคืบเข้าไปถึง หรือต้องการเปิดเผยชุมชนของตนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ให้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การบริหารจัดการทรัพยากรและกระจายอำนาจการตัดสินใจโดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติแวดล้อมและใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน

ในช่วง ๒ - ๓ ปี ที่ผ่านมาคำว่า "Community-based Tourism : CBT" การท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเป็นฐานการบริหารจัดการ "การท่องเที่ยวโดยชุมชน" เป็นที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลาย ในหลายๆ ความหมาย ความเข้าใจและประสบการณ์ ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นส่วนหนึ่งที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ เป็นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดการด้านโฮมสเตย์ที่ดีต้องมี "ชุมชน" เป็นส่วนประกอบสำคัญ

การท่องเที่ยวกลายเป็น"เครื่องมือที่รัฐบาลให้ความสำคัญเนื่องจากมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ เพื่อพัฒนาประเทศอย่างมากและยังเป็นรายได้ที่เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ และมีการกระจายไปในหลายภาคอย่างค่อนข้างชัดเจน เช่นการเดินทาง ที่พัก การซื้อของที่ระลึก ภัตตาคาร ร้านค้าต่างๆ จึงมีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและทางอ้อมขยายมากขึ้น เช่นการเพิ่มขึ้นของสถานที่พัก ทั้งโรงแรมขนาด ๕ ดาว ๔ ดาว ไปจนถึงที่พักแบบพื้นบ้านที่เรียกว่า โฮมสเตย์ การเพิ่มขึ้นของร้านอาหาร และแหล่งบริการอื่นๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ และการขยายตัวไปในแทบทุกภูมิภาคของไทย ก่อให้เกิดการตื่นตัว เพราะมองว่าเป็นเรื่องง่ายที่จะมีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยว ที่เป็นผู้มาซื้อสินค้าถึงที่ไม่ว่าจะได้ก็ตาม

แต่จากการที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีจำกัดไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ซึ่งผู้ดูแลหรือเป็นเจ้าของก็คือประชาชนที่อยู่ในชุมชนนั้นๆ ว่าจะมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างไร เพราะทรัพยากรทุกอย่างต้องมีข้อจำกัดในการใช้ทั้งสิ้น อย่่างไรคือการใช้ที่ยั่งยืน และเป็นไปได้หรือไม่ที่จะดำเนินการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงและควรทำอย่างไร เมื่อ "ชุมชน" กลายเป็น "สินค้า" หรือ "เครื่องมือ" ที่เป็นทั้งผู้กระทำและผู้ถูกระทำ ในขณะที่เดียวกันเป็นสิ่งที่ทำลายและละเอียดอ่อนอย่างยิ่ง เหมือนกับการที่ต้องคำนึงถึงความรู้สึก ความยินดีของผู้เกี่ยวข้อง ทั้งยังเป็นผู้ที่ถูกกล่าวอ้างถึงอยู่ตลอดเวลาในการที่

รัฐบาลจะดำเนินการพัฒนาใดๆ จึง "ต้องให้ความสำคัญต่อชุมชนในระดับต้นๆ และชุมชนต้องได้รับประโยชน์" อยู่เสมอ

เมื่อชุมชนมาเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็จะมีค่าใหม่ๆเกิดขึ้น อาทิเช่น การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวผ่านชุมชน การท่องเที่ยวในชุมชน ก็ขึ้นอยู่กับนิยามแห่งการสื่อความหมายต่อคำดังกล่าว แต่ที่แน่นอนก็คือ "ชุมชน" เป็นสิ่งที่ต้องถูกกระทบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ และอย่างไรคือการท่องเที่ยวโดยชุมชน "Community Based Tourism : CBT" ที่เหมาะสมอันจะเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรมและเห็นผล

การท่องเที่ยวโดยชุมชน : "Community-based Tourism : CBT"

เป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน

๑. กระบวนการเรียนรู้ของ CBT : มุ่งองค์ประกอบที่สำคัญคือ

๑.๑ ศักยภาพของคน ต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้

๑.๒ ศักยภาพของพื้นที่ หมายถึงรวมถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตน สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องแนวคิด พื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย

๑.๓ การจัดการ เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักที่จะทำอะไร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืน สมดุลในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้นชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน : "Community-based Tourism : CBT" ได้ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน ทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชนรู้ว่าพื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีกิจกรรมอะไรบ้าง และจะมีการกระจาย จัดสรรรายได้อย่างไร ทั้งหลายทั้งปวงที่กล่าวมานั้น สิ่งสำคัญที่สุดของชุมชนก็คือการมีส่วนร่วม อันหมายถึง ร่วมในทุกๆสิ่ง ทุกอย่างเพื่อส่วนรวม

๑.๔ มีส่วนร่วม มีได้อย่างไร การสื่อสารพูดคุย เป็นการสื่อความคิดเห็น การถกปัญหา รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาต่างๆจากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของนักวิจัยท้องถิ่น พบว่าชุมชนจัดให้มีเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ

ที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่างๆเพื่อให้คนในชุมชนรวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม

๑.๕ ผลกระทบจากการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน : "Community-based Tourism : CBT"

ทุกอย่างที่ดำเนินการย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งที่ตั้งอยู่สิ่งแวดล้อมโดยรอบทั้งสิ้น ซึ่งมีผลกระทบด้านบวกและด้านลบ (วีระพล ทองมา, ๒๕๔๗ : ๗-๒๒) ได้แก่

๑. ผลกระทบด้านบวก ส่งผลให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา เกิดรายได้เพิ่มขึ้นมีการรวมตัวกันสร้างความเข้มแข็งในชุมชนนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามความคาดหวังและความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาย่างยั่งยืน ๓ ด้าน ได้แก่ ๑) ด้านเศรษฐกิจ ๒) ด้านสังคมวัฒนธรรม ๓) สิ่งแวดล้อม และสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนคือการรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสาน สืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ได้ เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในที่สุด

๒. ผลกระทบด้านลบ เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ จำนวนขยะที่เพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว การใช้น้ำ ระบบนิเวศธรรมชาติ การรับวัฒนธรรมที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการเลียนแบบ มีความขัดแย้งทางความคิด เสียความเป็นส่วนตัวในการที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยว และที่สำคัญคือ อาจถึงกับสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น หากมีการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป

ในส่วนการตลาดนั้นแต่ละชุมชนจะต้องให้ข้อมูลแนะนำชุมชนตนเองและชุมชนอื่นที่ถูกต้องและน่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวและที่นำภูมิใจสำหรับชุมชนคือ การรักษและวางแผนทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมา แต่ชุมชนไม่ได้ละทิ้งพื้นฐานเดิมหรือปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตไปตามกระแสวัฒนธรรม และไม่ได้มุ่งหวังรายได้จากการท่องเที่ยวที่จะได้ให้เป็นรายได้หลักของชุมชนโดยละทิ้งอาชีพดั้งเดิมที่จะเป็นการที่จะปรับตัวเพื่อรองรับกระแสการท่องเที่ยวที่เข้าไปในชุมชน

๒. หลักการทำงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มองชุมชนเป็นศูนย์กลางหรือฐานเพื่อกำหนดทิศทาง แผนงาน แผนปฏิบัติการของตนเองโดยดำเนินการพร้อมกันทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมนั้น จึงทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาแบบองค์รวมและเกี่ยวกับกลุ่มคนต่างๆ มากมาย เมื่อมองในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ต้องการให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวจึงควรต้องมีหลักการร่วมกัน ดังนี้

๒.๑ การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมาจากความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนได้มีการพินิจพิจารณาปัญหา ผลกระทบการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านแล้ว ชุมชนร่วมตัดสินใจลงมติที่จะดำเนินการตามแนวทางที่ชุมชนเห็นสมควร

๒.๒ สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกันและรับประโยชน์ร่วมกัน

๒.๓ ชุมชนต้องการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เป็นชมรม เป็นองค์กร หรือจะเป็นองค์กรชุมชน เดิมที่มีอยู่แล้วเช่นกัน องค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) ก็ได้ เพื่อกลไกที่ทำหน้าที่แทนสมาชิกทั้งหมดในระดับหนึ่ง และดำเนินการด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน

๒.๔ รูปแบบ เนื้อหา กิจกรรม ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องคำนึงการอยู่ร่วมกันอย่าง มีศักดิ์ศรี มีความเท่าเทียมกัน มีความเป็นธรรม และให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรมในเชิงสร้างสรรค์และลดผลกระทบในเชิงลบ

๒.๕ มีกฎ กติกาที่เห็นร่วมจากชุมชน สำหรับการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และสามารถกำกับดูแลให้เป็นไปตามกติกาที่วางไว้

๒.๖ ชุมชนที่จัดการท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชน ชาวบ้านทั่วไปและนักท่องเที่ยว ควรมีกระบวนการเรียนรู้ระหว่างกันและกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงาน การท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ถูกต้องเหมาะสม และมีความชัดเจน

๒.๗ การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีความมาตรฐานที่มาจากข้อตกลงร่วมภายในชุมชนด้วย เช่น ความสะอาด ความปลอดภัย การกระจายรายได้ที่เป็นธรรมของผู้ที่เกี่ยวข้อง และพิจารณา ร่วมกันถึงขีดความสามารถในการรองรับ

๒.๘ รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว มีส่วนไปสนับสนุนการพัฒนาชุมชนและรักษา สิ่งแวดล้อม

๒.๙ การท่องเที่ยวจะไม่ใช่อาชีพหลักของชุมชน และชุมชนต้องดำรงอาชีพหลักของตนเองไว้ได้ ทั้งนี้หากอาชีพของชุมชนเปลี่ยนเป็นการจัดการท่องเที่ยว จะเป็นการทำลายชีวิตและ จิตวิญญาณดั้งเดิมของชุมชนอย่างชัดเจน

๒.๑๐ องค์กรชุมชนมีความเข้มแข็งพอที่จะจัดการกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และพร้อมจะหยุดเมื่อเกินความสามารถในการจัดการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากมองในแง่ความพร้อมของชุมชน และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในมิติของชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นไปได้ด้วยดีนั้นยังต้องพิจารณาจากมิตินอกชุมชนที่เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยได้แก่ การตลาด นโยบายรัฐ ที่เข้ามาสนับสนุน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

๓. กระบวนการทำงานเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว

หากชุมชนมีความพร้อมมีปัจจัยเอื้ออำนวยต่อการเข้ามามีบทบาทจัดการการท่องเที่ยว แล้วนั้น ผู้นำชุมชนและแกนนำที่หลากหลาย ตัวแทนกลุ่มต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มสหกรณ์การเกษตร ฯลฯ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น องค์กรบริการส่วนตำบล เจ้าหน้าที่ป่าไม้ ครูอาจารย์ในโรงเรียน เป็นต้น ร่วมกันประชุมสัมมนาเพื่อสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นการผนึกกำลังความคิดสร้างสรรค์ ประสานแนวคิดของทุกคนให้เห็นเป็นภาพเดียวกัน ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำวิสัยทัศน์ที่ได้มากำหนดเป็นเป้าหมายเป็น ทิศทางของการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะต่อไป ดังที่พจนาน สวนศรี (๒๕๔๖: ๑๘๕-๑๘๘) ได้กล่าวไว้ว่า

๓.๑ วิสัยทัศน์

ชุมชนหลายแห่งตัดสินใจเปิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเป็นฝ่ายจัดการเองนั้น มีรูปแบบการคิดตัดสินใจด้วยการมองวิสัยทัศน์ ๓ รูปแบบด้วยกัน คือ

๓.๑.๑ มองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งในการเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารกับคนภายนอก ให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อสภาพปัญหาชุมชนที่ประสบอยู่ และหวังว่าจะได้ เพื่อนที่เข้าใจร่วมแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน อันเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคนต่าง วัฒนธรรมเพื่อประสานการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาของชุมชนนั้น

๓.๑.๒ การท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม จำเป็นที่ชุมชนต้องรวมตัวกันเข้ามาจัดการให้นักท่องเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องให้ปฏิบัติอยู่ในกฎ กติกา ของชุมชน การจัดระเบียบการแบ่งปันผลประโยชน์แก่ผู้คนที่เกี่ยวข้องและผลประโยชน์ในชุมชน การสร้างมาตรฐานต่างๆ ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเอง ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบมากเกินไปจนขีดความสามารถที่ชุมชนจะจัดการได้

๓.๑.๓ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเรียนรู้ระหว่างคนกับธรรมชาติ เป็นการสร้างโอกาสในการฟื้นฟูวัฒนธรรม ภูมิปัญญาและสิ่งแวดล้อม โดยมองที่รายได้เป็นเพียงแค่ผลพลอยได้จากกระบวนการเรียนรู้ท่ามกลางการท่องเที่ยว

ซึ่งทั้ง ๓ รูปแบบนี้มีพื้นฐานการคิดจากชุมชนเอง ที่มีความภูมิใจในวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของตนเองที่พร้อมจะสื่อต่อคนภายนอก โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการ ถ่ายทอดนอกจากนั้นแล้ว ชุมชนเองยังต้องการความเข้าใจ ความร่วมมือของนักท่องเที่ยวในเคารพใน กฎ กติกา ที่ชุมชนร่วมกันสร้างไว้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันของคนต่างวัฒนธรรม

๓.๒ วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมาจากการกำหนด จากวิสัยทัศน์ที่จัดทำร่วมกันในชุมชน และนำมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ที่เป็นรูปธรรม ให้มีความ ชัดเจนขึ้น โดยชุมชนจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักอยู่ ๔ ประการด้วยกัน คือ

๓.๒.๑ เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ เน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา เป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมการพัฒนาชุมชนในรูปแบบอื่นๆ ที่ต้องเอื้ออำนวยการเรียนรู้ต่อกันและกันได้ เช่น การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ไปเยือนชุมชน ชาวประมงพื้นบ้าน นักท่องเที่ยวควรเกิดการเรียนรู้บทบาทของประมงขนาดเล็กที่ทำหน้าที่อนุรักษ์ ทรัพยากรชายฝั่งด้วย

๓.๒.๒ เพื่อให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นส่งเสริมให้ชุมชน โดยเฉพาะคนหนุ่มสาว ได้เข้าใจ ให้คุณค่า ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณีของชุมชนให้กลับฟื้น คืนสภาพ ได้ในระยะต่อไป

๓.๒.๓ เพื่อก่อให้เกิดการรวมตัวกันของคนในชุมชน ที่เผชิญต่อผลกระทบ ทางการท่องเที่ยวแบบเดิม ให้เข้ามามีส่วนร่วมจัดการลดผลกระทบดังกล่าว และจัดระเบียบชุมชนให้เป็น ระบบที่ทำให้ชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

๓.๒.๔ เพื่อเป็นเครื่องมือการเผยแพร่ให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องของ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตกับสาธารณชนภายนอก

จะเห็นได้ว่าในมิติของชุมชนไม่ได้มองเรื่องราวได้เป็นเรื่องหลัก ผิดกับในระดับนโยบาย การท่องเที่ยวมักจะทำให้ความสำคัญเรื่องราวได้เป็นอันดับแรก หากเอาคุณค่า วิธีคิดที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญในสังคมไทย อันได้แก่ การมีน้ำใจ ความเอื้ออารี ประกอบกับการมีวิถีชีวิตที่สัมพันธ์กับธรรมชาติ ความรักในศิลปวัฒนธรรม อันเป็นทุนทางสังคมของคนไทย ก็จะทำให้การริเริ่มและมองการท่องเที่ยวได้ถูกทิศทางยิ่งขึ้น

๔. การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนเป็นสิ่งที่ต้องเกี่ยวข้องกับคนภายนอก ดังนั้น ทักษะ ความชัดเจน การจัดการให้เหมาะสม จึงเป็นเรื่องที่ชุมชนเองยังมีคงความกังวลอยู่พอสมควร แม้ว่าจะมีปัจจัยที่เอื้อ และการสนับสนุนจากภายนอกพอสมควร แต่ชุมชนเองต้องสามารถคาดการณ์ และประเมินว่า วิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ ของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ความเป็นไปได้ มากน้อยเพียงไร โดยการร่วมกันอภิปราย ระดมความคิดเห็น จากชุมชนให้กว้างขวางจนสามารถสรุป ด้วยมติของชุมชนเอง ซึ่งมีองค์ประกอบการประเมินอยู่ ๗ ประการด้วยกัน คือ

๔.๑ ผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชน สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก และ สภาพปัญหาชุมชนตลอดจนมองแนวทางแก้ไขปัญหาได้แบบชัดเจน และมองกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมหนึ่ง หรือกิจกรรมร่วมเชื่อมต่อทิศทางการแก้ไขปัญหาโดยภาพรวมของชุมชนได้ แล้วจึง ได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์เป้าหมายการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

๔.๒ การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งหมด เนื่องจากเป็นเรื่องที่ต้องเกี่ยวข้องกับสิทธิของ ชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมชุมชนที่ชุมชน ต้องมีการคิดไตร่ตรองวินิจฉัย และร่วมตัดสินใจจะเปิดหมู่บ้านรองรับอย่างไร ควรเป็นรูปแบบใด ใครบ้างที่เกี่ยวข้อง ใครมีบทบาทจัดการอย่างไร และภายหลังจากนักท่องเที่ยวกลับแล้วมีการลดผลกระทบ อย่างไร ด้วยวิธีการใด ตลอดจนการแบ่งปันผลประโยชน์ภายในชุมชน

๔.๓ ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดตั้งองค์กรภายในชุมชน เพื่อรับผิดชอบกิจกรรมนี้ หรือผลักดันให้องค์กรชุมชนอื่นที่พิจารณาแล้วว่า มีความพร้อมทำหน้าที่รับผิดชอบเป็นหน่วยงานหนึ่ง ขององค์กรนั้นๆ แต่ทั้งนี้การดำเนินการขององค์กรต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส เพราะมีผลประโยชน์ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง

๔.๔ การพิจารณาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หรือของดีในชุมชนเพื่อจัดปรับเป็นกิจกรรม ท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อชุมชน ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้น้อยที่สุดเท่าที่สามารถ จะทำได้

๔.๕ ความพร้อมของผู้ที่สนใจจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยว จะมีบทบาท หลากหลายมากขึ้น คือจะมีผู้ที่เกี่ยวข้องกับที่พัก อาหาร การดูแลความปลอดภัย การนำพานักท่องเที่ยว การสื่อความหมาย และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ต้องไม่ใช่กระจุกตัวอยู่เฉพาะกลุ่มแกนนำ ภายในชุมชนเท่านั้น ควรมีระบบกระจายที่ทั่วถึงและเป็นธรรม

๔.๖ การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ที่ระอองรับ นักท่องเที่ยวเพื่อสามารถจัดปรับกระบวนการให้เหมาะสม สอดคล้องยิ่งขึ้น และร่วมแก้ไขปัญหา ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการลดผลกระทบของการท่องเที่ยวในครั้งต่อไป

๔.๗ ประสบการณ์ทักษะในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องบูรณาการความต้องการความเพลิดเพลิน ความตื่นตัวและการเรียนรู้ ให้เป็นโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่

๕. การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นเสมือนงานพัฒนาชุมชนอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งที่ดูเหมือนง่ายแต่ทำยาก ที่ว่ายากนั้นก็เพราะการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาที่ตอบสนองกระแสบริโภคนิยม การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนหลุดออกจากฐานการผลิตเดิมในภาคการเกษตร สู่อุตสาหกรรมบริการ กำลังซื้อที่สูงกว่าของนักท่องเที่ยวจึงสามารถกำหนด “สินค้า” และ “บริการ” ได้ตามความต้องการทำให้สภาพทางสังคมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวมักถูกรอบงำจากวัฒนธรรมภายนอกที่เข้ามาพร้อมกับนักท่องเที่ยวเป็นดาบสองคมและมีความเสี่ยงอย่างยิ่งในการนำไปใช้ในการพัฒนา

อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะเปิดหมู่บ้านต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะต้อง “รู้ตัว” เข้าใจและตระหนักต่อการท่องเที่ยวนี้ตลอดจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชนซึ่งผู้ดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการทำงาน ตามที่พจนานุกรม (๒๕๔๖: ๑๘๙-๑๙๐) ได้กล่าวไว้ว่าดังนี้

๕.๑ ขั้นที่ ๑ ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชนในการพิจารณาทั้งด้านบวกและลบของการท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะมีเฉพาะผู้นำหรือกลุ่มสนใจ

๕.๒ ขั้นที่ ๒ สร้างการมีส่วนร่วม เป็นการดึงเอากลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนและกลุ่มองค์กรต่างๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ และผู้นำที่เป็นทางการและผู้นำทางธรรมชาติมาพูดคุยเรื่องผลดี-ผลเสีย อีกครั้ง เพื่อให้เขาเหล่านั้นได้ร่วมกันตัดสินใจเรื่องนี้ร่วมกัน

๕.๓ ขั้นที่ ๓ ศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้านเพื่อศึกษาในหัวข้อดังนี้

๕.๓.๑ การสำรวจทางกายภาพ

๕.๓.๒ ทำแผนที่รอบนอก (แสดงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและที่ดินทำกิน)

๕.๓.๓ แผนที่รอบในหมู่บ้าน (แสดงที่ตั้งของบ้านเรือน ทรัพยากรคนสร้างและทรัพยากรธรรมชาติ)

๕.๓.๔ ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน

๕.๓.๕ ศึกษาความสัมพันธ์ของชุมชนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว

๕.๓.๖ ศึกษากลุ่มต่างๆ ในชุมชนซึ่งผลการศึกษานี้จะทำให้เห็นศักยภาพข้อจำกัดของชุมชน และปัญหาของชุมชนร่วมกัน

๕.๔ ขั้นที่ ๔ วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพ-ข้อจำกัด โอกาสและความเสี่ยง ในขั้นตอนนี้จะทำให้ชุมชนได้มองเห็นได้ด้วยตนเอง และสามารถเชื่อมโยงเรื่องท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะทำให้เกิดการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา และอาจพบว่าเพื่อแก้ปัญหาให้ตรงจุด อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เรื่องการท่องเที่ยวเลยก็ได้

๕.๕ ขั้นที่ ๕ ร่วมกันพัฒนาศักยภาพและแก้ไขจุดอ่อน อาทิ

รวบรวมองค์ความรู้ ซึ่งแต่ละชุมชนจะแตกต่างกันออกไปมีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เช่น บางชุมชนเด่นด้านการพัฒนาชุมชน บางชุมชนเด่นระบบการจัดการนิเวศที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เหมาะสม เป็นต้น ซึ่งชุมชนต้องร่วมกันดึงเอกลักษณ์ ให้เห็นร่วมกันก่อนนำสู่การเผยแพร่ออกไป

ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สอดคล้อง ปลอดภัย ไม่ทำลายระบบนิเวศเดิมมากนัก เช่น การปรับทางเดินในป่าเขา เป็นต้น

ปรับปรุงบ้านพักและความสะอาดภายในชุมชนให้เป็นมาตรฐานของชุมชน แต่ละแห่งที่ตกลงร่วมกัน โดยมีคณะกรรมการของชุมชน ตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ

ฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น นักสื่อความหมาย การสร้างเวทีเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเห็นความสามารถของชุมชน ในการรองรับการท่องเที่ยว ทั้งความพร้อมจำนวนบุคลากร และขีดความสามารถในการรองรับทั้งพื้นที่ทางธรรมชาติและรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน

๕.๖ ขั้นที่ ๖ วางรูปแบบการบริหารจัดการ ในขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดตั้งองค์กรขึ้นมาทำงาน หรืออาจใช้องค์กรที่ชุมชนมีอยู่เดิมแต่เพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยว โปรแกรมและราคาการจัดสรรผลประโยชน์ สู่ชาวบ้านและชุมชน และมาตรการในการป้องกันผลกระทบ โดยอาจจะเป็นการสร้างกฎ-กติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว

๕.๗ ขั้นที่ ๗ ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้รับรู้และช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจ

๕.๘ ขั้นที่ ๘ ทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ในขั้นตอนนี้อาจมีการจัดท่องเที่ยววันร่อง เพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชน โดยการเชิญบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่มีประสบการณ์หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม ให้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นทิศทางต่อไปในอนาคต

๕.๙ ขั้นที่ ๙ ประเมินผล ในขั้นตอนนี้ประเมินผล อาจแยกออกมาเป็น ๒ ส่วน คือ การประเมินผลและสรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมทุกครั้ง และการประเมินผลเป็นช่วงๆ ทุกๆ ๓-๖ เดือน เป็นต้น ซึ่งการประเมินผลจะช่วยให้เกิดการทบทวนตนเอง และแก้ไขข้อบกพร่อง

๕.๑๐ ขั้นที่ ๑๐ พัฒนาองค์กร

การฝึกอบรม เช่น การบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย เป็นต้น

การศึกษาดูงาน สำหรับแกนนำองค์กรชุมชนเพื่อจัดการท่องเที่ยว เพื่อเสริมโลกทัศน์ พัฒนาทักษะการบริหาร การจัดการในชุมชนอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน เพื่อเป็นตัวอย่างนำไปประยุกต์ หรือเป็นบทเรียนที่ชุมชนต้องพึงระวังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และวางมาตรการป้องกันไว้แต่เริ่มแรก

กระบวนการทั้ง ๑๐ ขั้นตอนนี้แล้ว จะเหมือนการทำงานพัฒนาปกติมันเอง แต่สิ่งที่อยาก ก็คือ เรื่องท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่ชาวบ้านไม่คุ้นเคยมาก่อน และไม่มั่นใจว่าตนเองจะทำได้ แต่ละ

คำถามในแต่ละขั้นตอนในกระบวนการเตรียมชุมชน จะต้องเป็นการปลุกกระดมสำนึกของท้องถิ่น ให้คนท้องถิ่นอยากรู้จักตนเอง และเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง การท่องเที่ยวก็จะเกิดความชัดเจนมากขึ้นว่า เป็นการเข้ามาเพื่อให้ชุมชนได้นำเสนอตัวอย่างต่อสาธารณะ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว นอกจากปลุกสำนึกของชุมชนแล้วยังเป็นการสร้างจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ได้เข้ามาเยี่ยมชม

๖. สรุปหลักการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

๖.๑ การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีเป้าหมายอยู่ที่การอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนภายใต้เงื่อนไข การบีบคั้นจากนโยบาย ที่ทำให้มีการแย่งชิงทรัพยากร (ความรู้ อำนาจ กฎหมายอยู่ในมือของภาครัฐ) เช่น ความขัดแย้งเรื่องไร่มุมนเวียน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกมองว่าเป็นทัวร์เถื่อน

๖.๒ การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

๖.๒.๑ ความเป็นชุมชน วัฒนธรรมชนเผ่า
 ๖.๒.๒ กฎหมายบางอย่างไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชนเผ่า
 ๖.๒.๓ เกิดเครือข่ายการจัดการท่องเที่ยว โดยสร้างผลกระทบคือพื้นวิถีชีวิต
 เกิดรายได้เสริม

๖.๒.๔ หน่วยงานและบุคคลภายนอกเข้าใจวิถีชีวิต

๖.๓ กระบวนการทำงานของโครงการในประเด็นการท่องเที่ยว

๖.๓.๑ แผนงาน

- ๖.๓.๑.๑ เตรียมความพร้อมชุมชน
- ๖.๓.๑.๒ งานสร้างเครือข่าย
- ๖.๓.๑.๓ งานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน/ของที่ระลึก

๖.๓.๒ วิธีการทำงาน

- ๖.๓.๒.๑ เตรียมความพร้อมของชุมชน
- ๖.๓.๒.๒ ศึกษาศักยภาพ ความเป็นไปได้
- ๖.๓.๒.๓ อบรมการบริหารจัดการ
- ๖.๓.๒.๔ เตรียมแหล่งท่องเที่ยวและบริการต่างๆ
- ๖.๓.๒.๕ อบรมการสื่อความหมายทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
- ๖.๓.๒.๖ จัดทัวร์นำร่อง
- ๖.๓.๒.๗ ประเมินผลประจำปี
- ๖.๓.๒.๘ จัดทัวร์ประเมินผล
- ๖.๓.๒.๙ สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวระหว่างหมู่บ้าน, องค์กร

ท้องถิ่นและภาคเอกชน

- ๖.๓.๒.๑๐ พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน/ของที่ระลึก
- ๖.๓.๒.๑๑ สสำรวจผลิตภัณฑ์ชุมชนและตลาด
- ๖.๓.๒.๑๒ ช่วยชุมชนพัฒนาผลิตภัณฑ์

๖.๓.๒.๑๓ จัดตั้งร้าน แสวงหาทุน

๖.๓.๓ ผลการดำเนินงาน

๖.๓.๓.๑ หมู่บ้านสามารถจัดการท่องเที่ยว

๖.๓.๓.๒ เกิดศูนย์ประสานงานท่องเที่ยว

๖.๓.๓.๓ ผลิตภัณฑ์ที่กำลังสูญหายได้รับการฟื้นฟู

๖.๓.๓.๔ มีการประชาสัมพันธ์ผ่าน Website และ สื่อต่างๆ

๖.๓.๔ ปัญหา-อุปสรรค

๖.๓.๔.๑ พื้นที่ห่างไกล การเดินทางยากลำบาก

๖.๓.๔.๒ ศักยภาพของคนทำงานมีจำกัด

๖.๓.๔.๓ ผู้ประสานไม่ต่อเนื่อง

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการชุมชน ประเทศญี่ปุ่น

๑. กลไกการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการชุมชน ประเทศญี่ปุ่น

นิรมล กุลศรีสมบัติ และพรสวรรค์ วิเชียรประดิษฐ์ (๒๕๕๖) ได้กล่าวถึงกลไกการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการชุมชน แบ่งออกได้เป็น ๒ กลไก ได้แก่

๑.๑ โซไนไค : กลไกจัดการชุมชนดั้งเดิม

โซไนไค หรือ สมาคมละแวกบ้าน (Chonakai : Neighborhood Association) เป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมกลุ่มของประชาชนในระดับละแวกบ้าน ซึ่งเป็นระบบจัดการชุมชนที่เก่าแก่สืบทอดมาตั้งแต่สมัยเอโดะ (ปี ค.ศ. ๑๖๐๓-๑๘๖๘) และเป็นประเภทองค์กรที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศญี่ปุ่น จากการสำรวจของกระทรวงกิจการภายใน (Home Ministry) พบว่าทั่วประเทศมีจำนวนสมาคมละแวกบ้าน ๒๗๔,๗๓๓ องค์กรในปี ค.ศ.๑๙๘๐ (โดย ๙๐,๒๗๖ องค์กรมีมาก่อนสงครามโลก) เพิ่มขึ้น ๒๙๘,๔๘๘ องค์กรในปี ค.ศ.๑๙๙๒ ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของเมืองและชนบทของประเทศ

การเข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาคมละแวกบ้านจะเข้าร่วมโดยหน่วยของครัวเรือน (Household-based participation) โดยแต่ละครัวเรือนในย่านละแวกจะส่งสมาชิกมาหนึ่งคนในฐานะตัวแทนเพื่อเข้าร่วมประชุม ซึ่งมักจะเป็นหัวหน้าครอบครัวหรือ “พ่อบ้าน” อันเป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่สืบทอดมาตั้งแต่สมัยก่อนสงครามโลกที่ให้อำนาจการตัดสินใจกับหัวหน้าครอบครัวเหนือสมาชิกคนอื่น การเลือกตั้งประธานและกรรมการสมาคมกระทำโดยการหาฉันทมติจากสมาชิก ดังนั้นทั้งประธานและกรรมการของสมาคมส่วนใหญ่ มัก ประกอบด้วย “ชายอาวุโส” ที่ชาวชุมชนให้ความเกรงอกเกรงใจและเคารพนับถือซึ่งทุกคนต่างทำงานบนพื้นฐานของการอาสาสมัครโดยไม่มีค่าตอบแทน

ภารกิจหลักของสมาคม คือ การดูแลความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในย่านละแวก โดยการร่วมกันสร้างกฎกติกาของชุมชนและรณรงค์ให้สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมบำเพ็ญสาธารณะประโยชน์ อาทิ การทำความสะอาดชุมชน การก่อสร้างหรือการดูแลสิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณะ เช่น ศูนย์ชุมชน ถนนหนทาง แสงไฟตามถนน ต้นไม้ แม่น้ำลำคลอง ตลอดจนการจัดการจราจร การจัดเวรยามเพื่อเฝ้าระวังอัคคีภัยและขโมย การจัดส่งจดหมาย ข่าว รวมไปถึงการส่งเสริม

กิจกรรมทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ เทศกาลงานประเพณีของย่าน เป็นต้น รายได้ของสมาคมในการดำเนินกิจกรรมส่วนใหญ่มาจากค่าธรรมเนียมสมาชิก รองลงมาคืองบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลท้องถิ่น

อีกบทบาทสำคัญที่นอกเหนือจากการเป็นศูนย์กลางในการระดมกำลังสมาชิกให้เข้าร่วมกิจกรรมพัฒนาชุมชนแล้ว คือการทำงานเสมือนเป็น “สื่อกลาง” (intermediaries) ระหว่างภาครัฐ (โดยเฉพาะรัฐบาลท้องถิ่น) กับชุมชน สมาคมละแวกบ้านมักเป็นช่องทางหลักในการกระจายข่าวสารจากทางราชการสู่ชุมชน และในทิศทางกลับกัน ก็เป็นผู้รวบรวมความต้องการในพื้นที่และสื่อสารไปยังรัฐบาลท้องถิ่น แม้ว่าสมาคมจะไม่ได้มีบทบาทหน้าที่ โดยตรงในกระบวนการวางแผนของภาครัฐ แต่บ่อยครั้งที่หน่วยงานราชการจะให้ความสำคัญกับประธานสมาคมในฐานะตัวแทนของชุมชนและมักอาศัยเวทีการประชุมของสมาคมละแวกบ้านในการสอบถามความคิดเห็นของชุมชน

ดังนั้นนักวิชาการด้านเมืองและชุมชนของประเทศญี่ปุ่นมักกล่าววยกย่องให้สมาคมละแวกบ้านเป็น “กลไกสำคัญ” ที่ทำให้ชุมชนทั่วประเทศญี่ปุ่นสามารถปกป้องรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตชุมชนได้อย่างดีเยี่ยม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงก่อนสงครามโลกที่ภาครัฐมุ่งเน้นการลงทุนกับโครงการก่อสร้างระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานขนาดใหญ่เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบกับระบบผังเมืองในขณะนั้นยังเป็นลักษณะรวมศูนย์เบ็ดเสร็จ ซึ่งรัฐบาลท้องถิ่นไม่มีอำนาจในการกำหนดนโยบายและงบประมาณในการวางแผนพัฒนาพื้นที่ของตนเอง ส่งผลให้ชุมชนทั่วไปประสบปัญหาโดยเฉพาะการขาดแคลนพื้นที่ว่างและบริการสาธารณสุขรัฐบาลท้องถิ่นจึงมักใช้สมาคมละแวกบ้านและ “ต้นทุนทางสังคม” ของสมาชิกเป็นเครื่องมือในการ “เติมเต็ม” ความต้องการของชุมชนเอง

อย่างไรก็ตาม เมื่อเงื่อนไขทางเศรษฐกิจสังคมของเมืองเปลี่ยนแปลงไป สมาคมละแวกบ้านจำนวนมากเริ่มพบกับอุปสรรคในการขับเคลื่อนชุมชน สาเหตุประการแรก ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมของชุมชนจากการย้ายเข้าออกของสมาชิก พบว่าสมาชิกใหม่ไม่มีความสัมพันธ์กับสมาชิกคนอื่น ๆ รวมทั้งไม่มีความต้องการหรือไม่มีความจำเป็นที่ต้องเกรงอกเกรงใจประธานสมาคมในการเข้าร่วมกิจกรรมสาธารณะ สาเหตุประการถัดมา คือ ข้อจำกัดของประธานและกรรมการสมาคมละแวกบ้านที่มัก “ผูกขาด” กับกลุ่มชายอายุใส ส่งผลให้การทำงานมักขาดความยืดหยุ่นและอาจมีข้อจำกัดในการปรับตัวกับปัญหาที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งในสถานการณ์ดังกล่าวอาจต้องการ กระบวนการตัดสินใจที่เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางและ เป็นระบบตลอดจนบทบาทที่ชัดเจนในกระบวนการวางแผนท้องถิ่น ด้วยสาเหตุที่กล่าวมา ได้ส่งผลให้ประสิทธิภาพของของสมาคมละแวกบ้านในฐานะเป็นตัวแทนของชุมชนลดลงไปโดยปริยาย

๔.๑.๒ มะจิซึคิริเคียวไกไค : กลไกชุมชนรูปแบบใหม่

นอกเหนือจากสมาคมละแวกบ้านที่เป็นกลไกดั้งเดิมในการดูแลจัดการสภาพแวดล้อมชุมชนแล้ว ระบบผังเมืองของประเทศญี่ปุ่นได้พัฒนากลไกชุมชนรูปแบบใหม่ เรียกว่า “มะจิซึคิริเคียวไกไค” หรือ “คณะกรรมการพัฒนาชุมชน” (Machizukuri Kyogikai : Community Development Council) เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจในแต่ละขั้นตอนของการวางแผนได้อย่างกว้างขวางและเป็นระบบมากขึ้น คณะกรรมการ

พัฒนาชุมชนนี้อาจมีส่วนคล้ายคลึงกับสมาคมละแวกบ้านในแง่ของการทำงานบนพื้นฐานของจิตอาสา และไม่มีค่าตอบแทน แต่ข้อแตกต่างสำคัญคือการเปิดกว้างแก่สมาชิกชุมชนทุกคน (Individual-Based Participation) โดยไม่จำกัดอยู่ในหน่วยครัวเรือนอย่างเช่นสมาคมละแวกบ้าน ประธานและกรรมการ ของคณะกรรมการพัฒนาชุมชน มาจากการเลือกตั้งของสมาชิก จึงทำให้ได้บุคคลที่มีความหลากหลาย เข้ามาทำงาน

อาจกล่าวได้ว่า คณะกรรมการพัฒนาชุมชนเป็นผลพวงจากระบบการวาง แผนผังเฉพาะพื้นที่ (District Planning System) ของกฎหมายผังเมืองปี ค.ศ.๑๙๘๐ (the City Planning Law ๑๙๘๐) ที่มีถายโอนอำนาจให้รัฐบาลท้องถิ่นสามารถจัดทำและบังคับใช้แผนผังเฉพาะ พื้นที่ (District Plan) ซึ่งมีข้อบังคับรายละเอียดการควบคุมการพัฒนาที่เข้มงวดกว่าย่านการใช้ ประโยชน์ที่ดินทั่วไป เพื่อตอบสนองกับเงื่อนไขหรือลักษณะพิเศษของพื้นที่ อาทิ ย่านประวัติศาสตร์ บริเวณที่มีภูมิทัศน์สวยงาม ย่านพาณิชยกรรมกลางเมือง ตลอดจนย่านที่อยู่อาศัยเก่าแก่ซึ่งมักเป็นพื้นที่ หนาแน่นเสี่ยงต่ออัคคีภัย รายละเอียดการควบคุมที่เพิ่มเติมขึ้นมา ได้แก่ อัตราส่วนพื้นที่อาคารรวมต่อ พื้นที่ดิน (Floor Area Ratio : F.A.R) อัตราร้อยละของพื้นที่ที่ครอบคลุมอาคาร (Building Coverage Ratio : B.C.R) ขนาดแปลงที่ดิน ความสูงอาคาร ระยะถอยร่น ตลอดจนคุณลักษณะทางสุนทรียภาพ อาทิ รายละเอียดสถาปัตยกรรม รูปแบบรั้ว ตำแหน่งต้นไม้ ขนาดและรูปแบบของถนน และ สวน สาธารณะ ตลอดจนสาธารณูปการอื่นๆ เป็นต้น แผนผังเฉพาะพื้นที่จึงเสมือนเป็นแผนผัง แม่บท ของพื้นที่ย่อยภายในชุมชน (Master Plan for Specific Area)

ด้วยข้อบังคับที่เข้มงวดมากขึ้นนี้เอง กฎหมายผังเมืองปี ค.ศ.๑๙๘๐ จึงกำหนด ให้แผนผังเฉพาะพื้นที่ต้องได้รับความเห็นชอบจากประชาชนในพื้นที่สูงถึงร้อยละ ๙๐ และระบุให้ รัฐบาลท้องถิ่นต้องออก ข้อบัญญัติว่าด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน (Machizukuri Ordinances) เพื่อกำหนดกรอบและวิธีการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ในกระบวนการจัดทำแผนผัง เฉพาะพื้นที่ จึงเกิดเป็นคณะกรรมการพัฒนาชุมชนซึ่งอาจจะมาจากการเลือกตั้งจากสมาชิกชุมชน ดังที่กล่าวไป คณะกรรมการพัฒนาชุมชนนี้จะได้รับการรับรองสถานภาพจากนายกเทศมนตรีและ ภารกิจชัดเจนในการเป็น “แม่งาน” จัดทำแผนผังเฉพาะพื้นที่ฉบับชุมชน (District Machizukuri Plan) เพื่อนำไปร่วมหารือกับรัฐบาลท้องถิ่น เป็นระยะๆ ในการนี้รัฐบาลท้องถิ่นมีหน้าที่ต้องสนับสนุน อย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ การสนับสนุนด้านงบประมาณและความช่วยเหลือทางด้านเทคนิค เช่น จัดหา ผู้เชี่ยวชาญลงไป ทำงานกับคณะกรรมการ ดังนั้นคณะกรรมการพัฒนาชุมชนจึงเป็น “กลไกการเปิด พื้นที่” ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ จึงนับเป็นเหตุผล สำคัญที่ทำให้ “มะจิซึคิรี” หรือ “การวางแผนผังโดยชุมชน” กลายเป็นกระแสการเคลื่อนไหวของ ภาคประชาชนตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษที่ ๑๙๘๐ เป็นต้นมา

๔.๒ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศญี่ปุ่น

รัฐธรรมนูญ มาตรา ๙๓ ได้รับรองสิทธิของประชาชนผู้อาศัยอยู่ในท้องถิ่นให้มี สิทธิเลือกตั้งหัวหน้าฝ่ายบริหารได้ อย่างไรก็ตาม กฎหมายปกครองตนเองของท้องถิ่น ค.ศ. ๑๙๔๗ ประกอบกับพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระจายอำนาจ ค.ศ. ๑๙๕๕ มีการจัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริม การกระจายอำนาจ โดยมีเป้าหมายที่สำคัญในการสร้างความหลากหลายและการกระจายอำนาจ โดยการเคารพต่อความเห็นของประชาชนในท้องถิ่น ทั้งนี้ สิทธิในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ

ปกครองท้องถิ่นมีอยู่หลายประการ ได้แก่ สิทธิเลือกตั้งหัวหน้าฝ่ายบริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่น การริเริ่มกฎหมาย การลงประชามติ การขอให้ตรวจสอบ การยุบสภา การถอดถอน และการฟ้องร้องต่อศาล (นิยม รัฐอมฤตและคณะ, ๒๕๒๐) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๔.๒.๑ การเปิดเผยข้อมูลข่าวสาร

ประเทศญี่ปุ่นได้ประกาศใช้กฎหมายว่าด้วยการเปิดเผยข้อมูลข่าวสารของทางราชการเมื่อวันที่ ๑ เมษายน ๒๐๐๑ โดยนำมาใช้กับกระทรวงในส่วนกลางและหน่วยงานของรัฐอื่นๆ โดยประเทศญี่ปุ่นได้กำหนดขั้นตอนในการขอเปิดเผยข้อมูลข่าวสารไว้ (Jean Heilman, ๒๐๑๓)

๔.๒.๒ การริเริ่มเสนอกฎหมาย (Initiative)

ตามมาตรา ๗๔ ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนอย่างน้อย ๑ ใน ๕๐ หรือร้อยละ ๒ สามารถร้องขอต่อหัวหน้าฝ่ายบริหารท้องถิ่น โดยการเข้าชื่อต่อราชการเพื่อตรวจสอบว่าเป็นผู้มีสิทธิเลือกตั้งตามบัญชีของคณะกรรมการหรือไม่ และต้องเสนอบัญชีรายชื่อของประชาชน ผู้เข้าชื่อริเริ่มกฎหมายดังกล่าวแก่ประชาชนในท้องถิ่นเพื่อให้ตรวจสอบต่อไป หากประชาชนในท้องถิ่นทักท้วงว่ามีรายชื่อใดไม่ถูกต้องคณะกรรมการบริหารการเลือกตั้งท้องถิ่นจะเป็นผู้วินิจฉัยในประเด็นนี้ และหากประชาชนไม่พอใจในคำวินิจฉัยสามารถอุทธรณ์ไปยังคณะกรรมการบริหารการเลือกตั้งในระดับสูงได้ทั้งนี้ เมื่อหัวหน้าฝ่ายบริหารท้องถิ่นได้รับคำร้องเกี่ยวกับข้อบัญญัติท้องถิ่นแล้วต้องทำความเข้าใจประกอบพิจารณาพร้อมข้อเรียกร้องดังกล่าวต่อสภาท้องถิ่น โดยสภาท้องถิ่นมีดุลพินิจว่าจะรับข้อเรียกร้องดังกล่าวไว้พิจารณาหรือไม่ กรณีจึงเห็นได้ว่าการริเริ่มเสนอกฎหมายโดยประชาชน ถือเป็นสิทธิในการกำหนดความเป็นอยู่ของตนเองในท้องถิ่นผ่านทางข้อเรียกร้องขอให้ประกาศใช้ แก้ไขเพิ่มเติมหรือยกเลิกข้อบัญญัติท้องถิ่นของประชาชนนั่นเอง

๔.๒.๓ การจัดทำแผนท้องถิ่น

แม้จะไม่มีกฎหมายกำหนดกระบวนการในการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนโดยตรงแต่แผนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นการสะท้อนความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น การมีส่วนร่วมจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยประเทศญี่ปุ่นใช้กระบวนการจัดประชุมระหว่างคณะกรรมการจังหวัดและตัวแทนของประชาชน รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน ทั้งนี้ในการรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดทำแผนท้องถิ่น แบ่งได้เป็น ๒ กรณี คือ การรับฟังความคิดเห็นเป็นการเฉพาะเรื่อง เช่น สวัสดิการสังคม การเกษตร ธุรกิจ หรือเป็นกลุ่มบุคคลในท้องถิ่น เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มสตรี กรณีหนึ่งและการรับฟังความคิดเห็นโดยอาศัยพื้นที่เป็นเกณฑ์อีกกรณีหนึ่ง (เคนโจ อะกิซูกิ และคณะ, ๒๕๔๕)

๔.๒.๔ การร้องขอให้ตรวจสอบ (Audit of Business)

ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวนไม่น้อยกว่า ๑ ใน ๕๐ หรือร้อยละ ๒ โดยการเข้าชื่อร้องขอให้ตรวจสอบองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ในประเด็นเรื่องรายได้ รายจ่าย และการบริหารงานของท้องถิ่น โดยคณะกรรมการตรวจสอบมีอำนาจในการตรวจสอบการดำเนินการต่างๆ ในความรับผิดชอบของหัวหน้าฝ่ายบริหารและคณะกรรมการบริหาร ทั้งนี้ คณะกรรมการตรวจสอบ จะรายงานผลการตรวจสอบไปยังสภาท้องถิ่น หัวหน้าฝ่ายบริหาร คณะกรรมการบริหารที่เกี่ยวข้องตัวแทนของประชาชนผู้ร้องขอ อีกทั้งติดประกาศให้ประชาชนทราบโดยทั่วกันด้วย

๔.๒.๕ การร้องขอให้ยุบสภาท้องถิ่น

ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวน ๑ ใน ๓ ของประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมดมีสิทธิร้องขอต่อคณะกรรมการบริหารการเลือกตั้งจะเสนอเรื่องไปให้ประชาชนในท้องถิ่นออกเสียงอีกต่อหนึ่งหากประชาชนโดยเสียงข้างมากเห็นด้วยกับการยุบสภาท้องถิ่นจะทำให้สภาท้องถิ่นนั้นต้องยุบไปตามมติดังกล่าว ทั้งนี้ ในการใช้สิทธิร้องขอให้ยุบสภาท้องถิ่นจะต้องดำเนินการภายหลังจากที่สภาท้องถิ่นได้รับการเลือกตั้งมาแล้วไม่น้อยกว่า ๑ ปี

๔.๒.๖ การลงประชามติ (Referendum)

เมื่อสภาท้องถิ่นมีมติให้ประกาศใช้ร่างข้อบัญญัติท้องถิ่นหรือประเด็นสำคัญของท้องถิ่นใด หากฝ่ายบริหารเห็นว่าประชาชนอาจไม่เห็นด้วยกับร่างข้อบัญญัติหรือนโยบายดังกล่าว เช่น การทิ้งขยะของภาคอุตสาหกรรม พลังงานนิวเคลียร์ เป็นต้น ดังนั้น ประชาชนสามารถแสดงทัศนคติได้โดยตรงผ่านการลงประชามติได้ (Shigenori Matsui, ๒๐๑๓)

๔.๒.๗ การถอดถอน

ประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งจำนวน ๑ ใน ๓ ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมดมีสิทธิยื่นถอดถอนได้ ทั้งนี้ การถอดถอนอาจแบ่งได้เป็น ๓ กรณี ได้แก่ การถอดถอนสมาชิกสภาท้องถิ่น ตามมาตรา ๗๖ การถอดถอนหัวหน้าฝ่ายบริหารและการถอดถอนเจ้าหน้าที่ ตามมาตรา ๘๑ กล่าวคือ การถอดถอนสมาชิกสภาท้องถิ่นและหัวหน้าฝ่ายบริหารท้องถิ่นซึ่งเป็นตำแหน่งที่มาจากการเลือกตั้ง จึงต้องเสนอให้ประชาชนลงมติถอดถอนโดยคณะกรรมการบริหารการเลือกตั้งได้กำหนดไว้ และ ผู้เรียกร้องต้องกระทำการตามหลักเกณฑ์ดังกล่าวแล้ว ทั้งนี้ หากปรากฏว่าประชาชนเสียงส่วนมากมีมติเห็นด้วยกับการถอดถอนของผู้เรียกร้อง จะเป็นผลให้บุคคลนั้นต้องพ้นจากตำแหน่งอย่างไรก็ตาม การร้องขอให้มีการถอดถอนในกรณีนี้จะกระทำต่อเมื่อบุคคลผู้ดำรงตำแหน่งได้ดำรงตำแหน่งหรือผ่านการร้องเรียนมาแล้วไม่น้อยกว่า ๒ ปี สำหรับการร้องขอให้มีการถอดถอนเจ้าหน้าที่ที่ได้รับการแต่งตั้งโดยหัวหน้าฝ่ายบริหาร โดยผ่านความเห็นชอบจากสภาท้องถิ่นหรือสภาท้องถิ่นเป็นผู้เลือกตั้ง เช่น รองผู้ว่าราชการจังหวัด รองนายกเทศมนตรี หัวหน้าสภุชชีหัวหน้าฝ่ายการคลัง กรรมการของคณะกรรมการบริหาร ดังนี้ การร้องขอต้องดำเนินการผ่านหัวหน้าฝ่ายบริหารโดยไม่ต้องเสนอเรื่องให้ประชาชนลงประชามติดังเช่นกรณีแรก โดยหัวหน้าฝ่ายบริหารจะเสนอข้อเรียกร้องต่อสภาท้องถิ่น และหากสภาท้องถิ่นมีมติ ๓ ใน ๔ ของจำนวนสมาชิกที่มาประชุมให้ถอดถอนเจ้าหน้าที่ดังกล่าวจะต้องพ้นจากตำแหน่งไป อย่างไรก็ตาม การยื่นข้อเรียกร้องให้ถอดถอนในกรณีนี้จำเป็นต้องดำเนินการต่อเมื่อเจ้าหน้าที่ได้ดำรงตำแหน่งมาแล้วอย่างน้อย ๑ ปี และสำหรับกรรมการของคณะกรรมการบริหารต้องดำรงตำแหน่งมาแล้ว ๖ เดือน

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศญี่ปุ่นมุ่งเน้นมีอยู่ในทุกขั้นตอนของการบริหารจัดการท้องถิ่น ทั้งยังได้เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานได้หลาย จึงอาจกล่าวได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศญี่ปุ่นมีระดับการมีส่วนร่วมที่เข้มข้น โดยเริ่มจากระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชน ระดับการปรึกษาหารือโดยการรับฟังความคิดเห็นของประชาชน การร้องขอให้ตรวจสอบ และการขอให้ยุบสภา ระดับความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยประชุมเชิงปฏิบัติการใน

การจัดทำแผนร่วมกับประชาชน ตลอดจนระดับเสริมอำนาจให้แก่ประชาชนผ่านทางการทำประชาคมติ และการถอดถอน (เสาวลักษณ์ ปิติ, ๒๕๕๖)

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ในปี ๑๙๙๒, the World Travel and Tourism Council (WTTC), the Earth Council, and the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) ได้จัดทำ (Agenda: ๒๑) เป็นกรอบแนวคิดในการจัดการ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism development) โดยวัตถุประสงค์เพื่อ คือ การมีส่วนร่วมของภาครัฐและภาคเอกชนใน กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และ วิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว, การประสานความต้องการและกำหนดแผนงานทางเศรษฐกิจ การดำรง อยู่ของสังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การตระหนักในกิจกรรม การท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชน ขนบธรรมเนียม วัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ของชุมชน (เอกลักษณ์และอัตลักษณ์) (Howell, ๒๐๑๐; World Travel & Tourism Council, ๒๐๑๐)

ดังนั้น หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในคำจำกัดความของ WTO จึงประกอบด้วย

การท่องเที่ยวต้องตระหนักและใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ รักษาความสมดุลของระบบนิเวศและเกิดประโยชน์สูงสุด

การเคารพในสังคม วัฒนธรรม และประเพณีของประชาชนในท้องถิ่น รวมไปถึงการรู้จัก ปรับตัวและเข้าใจถึงวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชนที่มีความแตกต่างกันของแต่ละท้องถิ่น

การสร้างเสริมความเจริญมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควร ก่อให้เกิดการกระจายของรายได้อย่างเป็นธรรมและทั้งถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (tourism stakeholder) นอกจากนี้ ยังควรที่จะก่อให้เกิดการสร้างงานและการสร้างรายได้ให้กับ ชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งเป็นส่วนสำคัญในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่น

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และ เศรษฐกิจแล้ว ยังให้ความสำคัญกับความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว (Tourism stakeholder) ทุกภาคส่วน อีกทั้งยังต้องทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด การดำเนินการ วางแผนอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญจะต้องมีเครื่องมือดัชนีที่ใช้วัดประสิทธิภาพต่อผลกระทบของ การดำเนินการในส่วนต่างๆ เพื่อสามารถนำไปปรับปรุงและแก้ไขเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ต่อไปใน อนาคตปัจจัยสำคัญ ๕ ประการ ในการนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบด้วย

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งแวดล้อมต่างๆ ทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่กำเนิดขึ้นมา เองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นแล้วสืบทอดต่อกันมา เช่น ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต เป็นต้น

นักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มคนที่มีฐานะเป็นผู้บริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความต้องการ (Demand) ที่ทำให้ประชาชนในท้องถิ่น และกลุ่มผู้ประกอบการต้องตอบสนอง ซึ่งก่อให้เกิดการ

เปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยว และส่งกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมในด้านต่างๆ เช่น สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม เป็นต้น ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจึงจำเป็นต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มธุรกิจให้ความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จนผลเลยถึงผลกระทบต่อด้านลบที่เกิดขึ้น ถ้าจะให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จะต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญและเป็นตัวกลางที่จะช่วยกลั่นกรองคุณภาพของนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม

ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว เป็นทั้งผู้ผลิตทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของคนในชุมชน และชุมชนก็จะมิบทบาทเป็นผู้ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กัน ในอดีตประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวมักเป็นฝ่ายตั้งรับการท่องเที่ยวที่เข้ามา โดยประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมองเห็นผลประโยชน์ในเชิงรายได้ มากกว่าจะตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นตามมา นอกจากการตั้งรับกับทรัพยากรที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ประชาชนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวกลับไม่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม หรืออาจกล่าวได้ว่าประชาชนในชุมชนได้ประโยชน์เพียงบางส่วน เมื่อเทียบกับผลกระทบที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จึงต้องให้ความสำคัญกับเรื่องของการกระจายผลประโยชน์ให้กับประชาชนในท้องถิ่นให้มีความยุติธรรม ความรักหวงแหนท้องถิ่น เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กระบวนการเรียนรู้ในชุมชนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง โดยจะมุ่งเน้นถึงการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตและทรัพยากรของชุมชน สร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ทำให้ประชาชนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการกับทรัพยากรของตนเองมากขึ้น และเต็มที่ ซึ่งคนในชุมชนจะต้องมีสิทธิเลือกได้ว่าต้องการให้ทรัพยากรของตนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือไม่และควรมีรูปแบบเช่นไร

นักวิชาการและสถาบันการศึกษา เป็นอีกภาคส่วนที่ต้องเข้ามามีบทบาทในการเป็นหน่วยงานสนับสนุน (Facilitator) ที่ช่วยนำความรู้ในทางวิชาการหรือภูมิปัญญาสากลมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อยกระดับและคำอธิบายองค์ความรู้ท้องถิ่น ที่เรียกว่า ภูมิปัญญาให้เป็นองค์ความรู้ที่เป็นสากลได้ และยิ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการศึกษาค้นคว้ามากเท่าใด คนในชุมชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว ก็จะเห็นคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวมากเท่านั้น นอกจากนี้แล้วนักวิชาการสามารถเข้าไปมีบทบาทในการเป็นวิทยากรช่วยประสานงานและอำนวยความสะดวกให้เกิดการพูดคุยกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) หมายถึง การพัฒนา การท่องเที่ยวที่มุ่งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมพร้อมกันไป ในขณะเดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม และได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน (Sharpley, ๒๐๐๙) ซึ่งจะเกิดผลกระทบทางด้านบวกต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดแนวความคิดของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีการเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบทางวิทยาศาสตร์ที่โดดเด่นให้กับกระบวนการทัศน์สีเขียวที่มีความสำคัญทางด้านนิเวศวิทยา

(Weaver & Lawton, ๒๐๑๐) ส่วนประกอบสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ถูกพัฒนาขึ้นมาจากการขับเคลื่อนทางการตลาดและกลยุทธ์ที่ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีและกฎหมายที่เข้มงวด มันสามารถที่จะส่งเสริมสนับสนุนด้านการเงินอย่างยั่งยืนมากกว่าความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของสังคมและวัฒนธรรม (Weaver, ๒๐๑๑) ผลกระทบทางด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมจะวัดจาก ประชากร สุขภาพ มลพิษและการป้องกัน และความเจริญรุ่งเรือง ที่จะสามารถใช้เป็นตัววัดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งใช้กันโดยทั่วไปของประเทศที่มีการท่องเที่ยว (Buckley, ๒๐๑๒)

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อท้องถิ่นในปัจจุบัน ซึ่งคำนึงถึงการป้องกันและสงวนรักษาทรัพยากรต่างๆ ไว้เพื่ออนุชนรุ่นหลัง โดยการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ แต่อย่างไรก็ตามก็ต้องตระหนักถึงการรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศทางธรรมชาติให้คงอยู่ ซึ่งเป็นรูปแบบการพัฒนาที่มีความรับผิดชอบต่อพื้นที่ทรัพยากรท่องเที่ยว โดยเน้นการใช้ประโยชน์ตามแนวทางการอนุรักษ์เพื่อไปสู่ความยั่งยืนที่ต้องอาศัยความร่วมมือกันทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนในลักษณะของการมีส่วนร่วม (Janusz and Bajdor, ๒๐๑๓)

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Environmental analysis) คือ กระบวนการหรือขั้นตอนในการประเมินและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ เพื่อแสวงหาโอกาสและภัยคุกคามที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมต่างๆ และยังสามารถนำมาใช้ในการวางแผนทางการตลาด (Pride and Ferrell, ๒๐๑๐)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดทั้งภายในและภายนอก สามารถจะดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคที่เรียกว่า SWOT Analysis เป็นวิธีการหรือเครื่องมือที่ช่วยในการประเมินสถานการณ์ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ กำหนดจุดอ่อน จุดแข็งจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเทคนิคดังกล่าวเป็นที่รู้จักและใช้กันอยู่อย่างแพร่หลายในกิจกรรมและลักษณะงานต่าง ๆ (สุวิมล แม้นจริง, ๒๕๕๖)

องค์ประกอบของเทคนิค SWOT analysis ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (สุวิมล แม้นจริง, ๒๕๕๖) ได้แก่

๑. “S” มาจากคำว่า “STRENGTH” คือ “จุดแข็ง”หรือจุดเด่นที่เสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้น หรือความสามารถและสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นบวก ซึ่งองค์กรนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการทำงาน กล่าวคือเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง เพื่อนำไปเป็นจุดเด่นลักษณะเฉพาะตน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง

๒. “W” มาจากคำว่า “WEAKNESS” หมายถึง “จุดอ่อน”ของหน่วยงาน ปัญหาหรือข้อบกพร่องของหน่วยงาน หรือสถานการณ์ภายในองค์กรที่เป็นข้อบกพร่อง โดยจะต้องมีการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการแก้ไข

๓. “O” มาจากคำว่า “OPPORTUNITY” หมายถึง “โอกาส” ที่หน่วยงานจะได้รับการพัฒนาไปอย่างเนื่อง หรือปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่เอื้ออำนวยประโยชน์หรือส่งเสริมให้การทำงานขององค์กรบรรลุเป้าหมายขององค์กร เช่น สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี

และการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้รวมถึงความพร้อมและศักยภาพของบุคลากร บุคลากรที่ดีมีความรู้ มีความสามารถ และมีการฝึกอบรม เพิ่มพูนความรู้ด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเป็นระบบ เป็นโอกาสที่จะสร้างงานและพัฒนาการมีส่วนร่วมขององค์กรชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้อย่างต่อเนื่อง

๔. “T” มาจากคำว่า “THREAT” หมายถึง “อุปสรรค” ข้อจำกัด แรงกดดัน หรือที่มีผลเสียที่บั่นทอนความเจริญก้าวหน้าของหน่วยงาน หรือปัจจัยและสถานการณ์ภายนอกที่ขัดขวางการทำงานขององค์กรไม่ให้อุปสรรคหรือปัจจัยที่เป็นเรื่องจำเป็นของหน่วยงานจะต้องทำการวิเคราะห์ ปรับปรุงระมัดระวังในการดำเนินการธุรกิจขององค์กรรวมถึงต้องให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ในการประกอบธุรกิจต่างๆ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อนของตนเอง เพื่อที่จะได้คาดการณ์ว่าธุรกิจของตนเองจะสามารถประสบความสำเร็จได้มากน้อยเพียงใด ในการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมในช่วงเวลานั้นๆซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจหนึ่งได้ ดังนั้นเราจึงควรพิจารณาว่าปัจจัยนั้นๆส่งผลทางด้านบวกต่อการดำเนินธุรกิจ จะถึงได้ว่าสิ่งนั้นคือ โอกาส และถ้าปัจจัยนั้นๆ ส่งผลทางด้านลบต่อการดำเนินธุรกิจ ถือได้ว่าสิ่งนั้นคือ อุปสรรค การวิเคราะห์ SWOT จะทำให้องค์กรจะเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการวางแผนให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ รวมถึงใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาไปในทิศทางที่เหมาะสมและต่อเนื่อง

โครงการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.)

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ร่วมกับสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) จัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ได้เดินทางสำรวจรวบรวมข้อมูลในชุมชนรวม ๙ แห่ง ได้แก่

๑. ชุมชนบ้านกกระทา อ.ด่านซ้าย จ.เลย
๒. ชุมชนบ้านปลาป่า อ.ภูเรือ จ.เลย
๓. ชุมชนบ้านบ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน
๔. ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี
๕. ชุมชนชากแง้ว จ.ชลบุรี
๖. ชุมชนเมืองแหลมกลัด จ.ตราด
๗. ชุมชนบ้านน้ำเชี่ยว จ.ตราด
๘. ชุมชนเมืองเก่า จ.สุโขทัย
๙. ชุมชนบ้านไร่กองขิง จ.เชียงใหม่ พบว่า

๑. การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชนบ้านกกระทา อ.ด่านซ้าย จ.เลย

- ๑.๑ ข้อมูลด้านสินค้าการท่องเที่ยว

๑.๑.๑ จุดขายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การนำชมดอกนางพญาเสือโคร่งที่ ภูมโล ในช่วงฤดูหนาว ระหว่างเดือนธันวาคม ถึง กุมภาพันธ์ ของทุกปี และการนำชมและซื้อสินค้า เกษตรอินทรีย์ที่สูง ได้แก่ ไร่เสาวรส ชิง สัปประต ฯ รวมทั้งสินค้าหัตถกรรม เครื่องจักสาน และอาหาร แปรรูปจากสินค้าเกษตร

๑.๑.๒ แหล่งท่องเที่ยวที่มีในพื้นที่ ได้แก่

๑.๑.๒.๑ แปลงดอกนางพญาเสือโคร่ง บนภูมโล ซึ่งมีพื้นที่ ประมาณ ๑,๒๐๐ ไร่ กระจายเป็นแปลงๆละราว ๑๐ - ๒๐ ไร่

๑.๑.๒.๒ รอยเท้าไดโนเสาร์ อยู่ระหว่างเส้นทางการเดินทางชมดอก นางพญาเสือโคร่ง

๑.๑.๒.๓ น้ำตกหมันแดง หมันขาว เส้นทางการเดินป่าประมาณ ๒กิโลเมตร

๑.๑.๒.๔ อนุสรณ์สถาน ฐานสู้รบที่บ้านหมากแข้ง ซึ่งเป็นฐานสู้รบ ประวัติศาสตร์ที่สมเด็จพระบรมโอรสาธิราชฯ สยามมกุฎราชกุมาร ได้เคยเข้าร่วมการสู้รบที่ฐาน ปฏิบัติการรบแห่งนี้

๑.๑.๒.๕ โครงการหุบเขาพุทธอุทยานพุทธธรรมเย็นศิระหมากแข้ง เฉลิมพระเกียรติ ซึ่งอยู่ในการจัดการสร้างพระพุทธรูปหินทราย ขนาดหน้าตักกว้าง ๑๐ เมตร สูง ๑๕ เมตร ขึ้น ณ วัดเย็นศิระธรรมประทีป บ้านหมากแข้ง และสร้างพระพุทธรูปหินทราย ขนาด ๒.๕ x ๓ เมตร จำนวน ๑,๒๕๐ องค์ เพื่อวางกระจายรอบหุบเขาพุทธธรรมเย็นศิระ โดยให้ชาวบ้านที่อยู่ในบริเวณหุบ เขาเข้าไปประดิษฐานในพื้นที่ของตนเพื่อขอขมาแม่แห่งพระพุทธรูปเจ้าได้ปกป้องรักษาแผ่นดินของชาวบ้าน และเป็นการประกาศพระพุทธศาสนาอีกทางหนึ่งด้วย

๑.๑.๓ เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง ได้แก่

๑.๑.๓.๑ อุดรธานี - เลย - ภูเรือ (อุทยานแห่งชาติภูเรือ ชุมชนปลาบ่า ศูนย์พัฒนาเกษตรที่สูง) - ด่านซ้าย (พระธาตุศรีสองรัก) - บ้านกกสะทอน

๑.๑.๓.๒ พิษณุโลก - เพชรบูรณ์ - ภูหินร่องกล้า - ภูทับเบิก - ภูมโล - บ้านกกสะทอน

๑.๑.๔ การบริการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

๑.๑.๔.๑ ที่พัก โฮมสเตย์ และ รีสอร์ท

๑.๑.๔.๒ อาหาร อาหารพื้นบ้าน เช่น ส้มตำที่ใช้น้ำผักสะทอนเป็น น้ำชูรสทำจากต้นสะทอน ต้มยำไก่ดำ มีการจัดอาหารกลางวันปศุสัตว์ให้บริการบนภูมโล โดยใช้ ภูมิปัญญาชาวบ้านด้วยการหุงข้าวด้วยกระบอกไม้ไผ่ การใช้ไม้ซางแทนหลอดดูดน้ำ สำหรับน้ำเสาวรส

๑.๑.๔.๓ พาหนะ ชุมชนจัดรถไฟวีลส์บริการเดินทางขึ้นภูมโล ใช้เวลาเดินทางไปกลับจากศูนย์ท่องเที่ยวชุมชนกกสะทอน ๔-๖ ชั่วโมง ปัจจุบันมีประมาณ ๑๕๐ คัน นั่งได้คันละราว ๑๐ คน

๑.๑.๔.๔ ผู้นำทางและผู้สื่อความหมาย พนักงานขับรถสามารถเป็น ผู้นำทางและอธิบายนำชมได้พอสมควร

๑.๑.๔.๕ มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริเวณที่ทำการ อบต. กกสะทอน ซึ่งเป็นจุดรถรับส่งนักท่องเที่ยวและมีสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึกจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว

๑.๒ ข้อมูลด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว

๑.๒.๑ ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนกกสะทอน ทำหน้าที่บริหารจัดการในการบริการนักท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนจาก องค์การบริหารส่วนตำบลกกสะทอน

๑.๒.๒ กลุ่มบริการต่างๆ ได้แก่ กลุ่มรถบริการนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยว หมาย เป็นสมาชิกชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนกกสะทอน

๑.๓ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญด้านการตลาดการท่องเที่ยว

๑.๓.๑ การใช้ ภูมโล เป็นจุดขายหลัก เป็นข้อจำกัดที่เสนอขายได้เฉพาะฤดูกาลที่ดอกนางพญาเสือโคร่งบานเท่านั้น

๑.๓.๒ การเดินทางขึ้นภูมโลจากบ้านกกสะทอน มีความสะดวกน้อยกว่า และระยะเวลาการเดินทางนานกว่าการขึ้นจากภูหินร่องกล้า ภูทับเบิก ด้าน จ.เพชรบูรณ์ และ จ.พิษณุโลก

๑.๔ ข้อเสนอการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านกกสะทอน อ.ด่านซ้าย จ.เลย

๑.๔.๑ การพัฒนาสินค้าและบริการ ควรพัฒนาปรับปรุงจุดขายและบริการ เพิ่ม ได้แก่

๑.๔.๑.๑ ควรพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอินทรีย์ที่สูง โดยมีการนำชมไร่เกษตร และนำชมการผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เช่น ไร้เสาวรส ชิง พืชผักเมืองหนาว ฯ

๑.๔.๑.๒ ควรพัฒนาปรับปรุงพื้นที่อนุสรณ์สถานฐานหมากแข้ง และเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ชาติไทย

๑.๔.๑.๓ ควรพิจารณาการดำเนินการโครงการพุทธอุทยานเฉลิม พระเกียรติ วัดหมากแข้ง ให้มีความเหมาะสมเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

๑.๔.๑.๔ ควรพัฒนาจุดขายเพิ่ม เช่น อาหารต้องห้ามพลาด (น้ำผักสะทอน ข้าวเหนียวหลาม)

๑.๔.๑.๕ ควรพัฒนาประเพณี วัฒนธรรม เช่น ประเพณีปีใหม่ ชาวเขาเผ่าม้ง บ้านตูปค้อ

๑.๔.๑.๖ ควรพัฒนาปรับปรุงเส้นทาง ป้ายบอกทาง และป้ายชี้แต่ ละแปลงของดอกพญาเสือโคร่ง

๑.๔.๑.๗ ควรพัฒนาให้มีผู้นำทางและนักท่องเที่ยว หมาย ให้มีจำนวน เพียงพอกับนักท่องเที่ยว

๑.๔.๒ การพัฒนาการบริหารจัดการ

๑.๔.๒.๑ ควรประสานงานหน่วยงานเครือข่ายเพื่อร่วมมือกันในการบริหารจัดการและส่งเสริมตลาด ได้แก่ อปท. ททท. อุทยานแห่งชาติ สยาม ชมรมธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องทั้งใน จ.เลย จ.เพชรบูรณ์ และ จ.พิษณุโลก

๑.๔.๒.๒ ควรพัฒนาระบบการรองรับนักท่องเที่ยว ที่สำคัญได้แก่ ระบบการจัดการจราจร พื้นที่จอดรถ (เนื่องจากจะมีปริมาณรถเพิ่มขึ้น)

๑.๔.๒.๓ ควรพัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัยให้มีความพร้อม เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่พยาบาล การเตรียมพร้อมการจัดการอุบัติเหตุ ฯ

๑.๔.๒.๔ ควรพัฒนาปรับปรุงความสะอาด สุขอนามัย ด้านที่พักอาหาร ให้ได้มาตรฐาน

๑.๔.๒.๕ ควรพัฒนาการบริหารจัดการโดยมิให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชุมชน และความยั่งยืน

๑.๔.๓ การพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด

๑.๔.๓.๑ การกำหนดลักษณะและตำแหน่งทางการตลาด (Brand & Positioning) ควรกำหนดลักษณะและตำแหน่งทางการตลาด โดยยึด “วิถีชุมชนเกษตรที่สูง และดินแดนประวัติศาสตร์ชาติไทย” เป็นจุดขายหลัก

๑.๔.๓.๒ การกำหนดพื้นที่เป้าหมายตลาด (Market Target)

๑) พื้นที่ตลาดในประเทศ ได้แก่ กรุงเทพฯ และจังหวัดหลักในทุกภาค เช่น นครราชสีมา ขอนแก่น อุตรดิตถ์ เชียงใหม่ พิษณุโลก สงขลา นครศรีธรรมราช ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี ชลบุรี พระนครศรีอยุธยา ฯ

๒) พื้นที่ตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศหลักในยุโรป เช่น อังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส ประเทศกลุ่มสแกนดิเนเวีย ฯ ในออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ในอเมริกา แคนาดา กลุ่มประเทศอาเซียน และเอเชียตะวันออก (จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน ฮองกง ฯ)

๑.๔.๓.๓ การกำหนดกลุ่มตลาด (Market Segment)

๑) กลุ่มความสนใจพิเศษ ด้านธรรมชาติ วิถีชุมชน

๒) กลุ่มพนักงาน ข้าราชการ กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มแรงงาน

๓) กลุ่มเยาวชน นักศึกษา กลุ่มจักรยาน กลุ่มมอเตอร์ไบค์

๔) กลุ่มผู้เกษียณ กลุ่มสมาคม ชมรม

๑.๔.๓.๔ การกำหนดช่องทางการสื่อสารการตลาด (Market Communication Channel)

๑) สื่อออนไลน์

๒) สื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ แผ่นปลิวจดหมายข่าว)

๓) สื่อโทรทัศน์ วิทยู (ข่าว สารคดี ฯ)

๑.๔.๓.๕ การดำเนินงานทางการตลาดที่สำคัญ

๑) การจัดทำเว็บไซต์ เพื่อเผยแพร่ และการบริการ การจองการนำเที่ยว

- วิทยุที่เกี่ยวข้องกับสารคดีท่องเที่ยว
- ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- และจดหมายข่าว
- ๒) การจัดทำเที่ยวแก่ นักเขียน Blogger รายการโทรทัศน์
- ๓) การจัดทำเที่ยวแก่ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
- ๔) การสื่อสารโดยตรงสู่กลุ่มเป้าหมาย ทางสื่อออนไลน์

๒. การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชนบ้านปลาป่า อ.ภูเรือ จ.เลย

- ๒.๑ ข้อมูลด้านสินค้าการท่องเที่ยว
- ๒.๑.๑ จุดขายทางการท่องเที่ยว จุดขายสำคัญคือ ชุมชนปลูกป่า และวิถีชุมชนเกษตรที่สูง
- ๒.๑.๒ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในชุมชน ได้แก่
- ๒.๑.๒.๑ ภูบักได่ ซึ่งเป็นจุดชมวิวยอดเขาสูงและทะเลหมอก
- ๒.๑.๒.๒ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรที่สูงเลย มีแปลงสาธิตไม้ผลพืชผัก และ ไม้ดอกเมืองหนาว เช่น แมคคาดาเมีย แรดิชิโอ ทุงซัลเวีย
- ๒.๑.๒.๓ แปลงผักก้นไผ่ป่า เป็นการปลูกผักปลอดสารพิษรอบผืนป่าเพื่อเป็นแนวกันไฟ
- ๒.๑.๒.๔ ไร่วิมุตติสุข มีการสาธิตขั้นตอนการผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์แมคคาดาเมีย
- ๒.๑.๓ เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยว
- ๒.๑.๓.๑ จ.เลย – ชุมชนปลาป่า – สถานีเกษตรที่สูง – อุทยานแห่งชาติภูเรือ – อ.ด่านซ้าย
- ๒.๑.๓.๒ จ.พิษณุโลก – อุทยานภูหินร่องกล้า – อ.ด่านซ้าย – อ.ภูเรือ – ชุมชน ปลาป่า
- ๒.๑.๓.๓ จ.เพชรบูรณ์ – อุทยานแห่งชาติน้ำหนาว – อ.ด่านซ้าย – อ.ภูเรือ – ชุมชนปลาป่า
- ๒.๑.๔ การจัดบริการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- ๒.๑.๔.๑ การบริการที่พัก – โฮมสเตย์ – การบริการอาหาร – การบริการรถอีแต๊กขึ้นภูบักได่
- ๒.๑.๔.๒ การบริการนำชมพื้นที่ชุมชน – การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (ผัก ไม้เมืองหนาว แมคคาดาเมียอบ สบู่จากถ่านกะลาแมคคาดาเมีย น้ำมันแมคคาดาเมีย หัตถกรรมผ้าทอ-พื้นเมือง เครื่องจักสาน)
- ๒.๒ ข้อมูลด้านการจัดการการท่องเที่ยว
- ๒.๒.๑ มีการจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนปลาป่า ดำเนินการในการจัดบริการนักท่องเที่ยว

๒.๒.๒ เจ้าหน้าที่ อบต.ปลาป่า ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานของชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนปลาป่า เช่น ช่วยเป็นเจ้าหน้าที่ประสานการจัดบริการ เป็นนักสื่อความหมาย ฯ

๒.๓ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญทางการตลาดการท่องเที่ยว

๒.๓.๑ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอยู่ในเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า ที่มีข้อจำกัดในการจัดนำเที่ยว

๒.๓.๒ การจัดการบริการรถอีแต๊กขึ้นภูบักได้นำชมพื้นที่ท่องเที่ยว ต้องมีการจัดการให้มีความปลอดภัยสูงสุด ได้แก่ ทางขึ้นภูเขาลาดชันมาก อันตรายจากความร้อนท่อไอเสียรถอีแต๊ก ฯ

๒.๔ ข้อเสนอการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๒.๔.๑ การพัฒนาสินค้าและบริการ

๒.๔.๑.๑ ควรพัฒนาความสะอาด สุขอนามัย ด้านอาหารและที่พักโฮมสเตย์

๒.๔.๑.๒ ควรพัฒนาความปลอดภัย เส้นทางขึ้นเขา และรถอีแต๊ก (กันความร้อนจากท่อไอเสีย)

๒.๔.๑.๓ ควรพัฒนาผู้นำชมและนักสื่อความหมาย ให้มีจำนวนผู้มีทักษะและความรู้ความสามารถเพียงพอ

๒.๔.๒ การพัฒนาการบริหารจัดการ

๒.๔.๒.๑ ควรพัฒนาการมีส่วนร่วมชุมชนอย่างทั่วถึง

๒.๔.๒.๒ ควรขยายเครือข่ายการบริการท่องเที่ยว โฮมสเตย์ ฯ

๒.๔.๒.๓ ควรขยายเครือข่ายความร่วมมือทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่

๒.๔.๓ การพัฒนาศักยภาพการตลาด

๒.๔.๓.๑ การกำหนดลักษณะและตำแหน่งทางการตลาด ควรกำหนดจุดขายหลัก การเป็น “ชุมชนปลูกป่า วิถีชุมชนเกษตรที่สูง”

๒.๔.๓.๒ การกำหนดพื้นที่เป้าหมายทางการตลาด (Target Market)

๑) พื้นที่ตลาดในประเทศ ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดต่างๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือโดยเริ่มจากจังหวัดใกล้เคียง จังหวัดหลักทางการศึกษาและการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค เช่น ขอนแก่น อุบลราชธานี เชียงใหม่ ชลบุรี ปทุมธานี ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี สงขลา ฯ

๒) พื้นที่ตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ภูมิภาคยุโรป ได้แก่ เยอรมัน อังกฤษ สวีเดน เดนมาร์ก ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ ฯ ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน ฮองกง ไต้หวัน สปป.ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ ฯ

๒.๔.๓.๓ การกำหนดกลุ่มตลาด (Market Segment)

๑) กลุ่มศึกษา ดูงาน หน่วยงานราชการ และเอกชน

บริษัทเอกชน

๒) กลุ่มกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ทั้งหน่วยงานรัฐ และ

๓) กลุ่มนักเขียน สื่อมวลชน นักจัดรายการ Bloggers

๔) กลุ่มนักเรียน นักศึกษา เยาวชน

๕) กลุ่มครอบครัว

๒.๔.๓.๔ การกำหนดช่องทางสื่อสารการตลาด

๑) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสารด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม กิจกรรมเพื่อสังคม การปลูกป่า (โดยการเชิญนักเขียน ผู้สื่อข่าว เยือนชุมชน)

๒) การจัดทำแผ่นพับ จดหมายข่าว ส่งเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ชมรมอนุรักษ์สถาบันการศึกษา ชมรม สมาคม หน่วยงาน ธุรกิจเอกชนที่จัดกิจกรรม CSR

๓) สื่อวิทยุ โทรทัศน์ (จัดเชิญนักจัดรายการวิทยุ โทรทัศน์ด้านอนุรักษ์ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ด้านกิจกรรมเพื่อสังคม การปลูกป่า)

๔) สื่อออนไลน์ จัดทำ Website , Facebook, Line, เชิญ Bloggers เยี่ยมชมชุมชน จัดกิจกรรมปลูกป่า

๒.๔.๓.๕ การดำเนินงานทางการตลาดที่สำคัญ

๑) การเข้าร่วมงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่กรุงเทพฯ และเมืองหลักในประเทศที่มีการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

๒) การร่วมประชุมพบปะกับชมรม สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และแลกเปลี่ยนนักท่องเที่ยวสู่ชุมชน

๓) ประสานงานหน่วยงานเครือข่ายการท่องเที่ยวทั้ง ททท. สนง.ท่องเที่ยวฯ จังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนในจังหวัด เพื่อช่วยเผยแพร่ข้อมูลและจัดเชิญนักท่องเที่ยวสู่ชุมชน

๓. การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชน

บ้านบ่อสวก อ.เมือง จ.น่าน

๓.๑ ข้อมูลด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

๓.๑.๑ จุดขายหลักทางการท่องเที่ยว

เตาเผาโบราณ พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่ามนัส กลุ่มทอผ้าบ้านชาวหลวง พิพิธภัณฑ์หีบอ้อยโบราณ

๓.๑.๒ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน

แหล่งเตาเผาโบราณบ้านบ่อสวก พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจ่ามนัส พิพิธภัณฑ์ลานหีบอ้อยโบราณ กลุ่มทอผ้าลายสวก ลายม่าน บ้านชาวหลวง ลานวัฒนธรรม และศูนย์เรียนรู้การทำเครื่องปั้นดินเผา

- ๓.๑.๓ เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยว
แพร์ – น่าน – ชุมชนในเวียง จ.น่าน – ชุมชนบ้านบ่อสวก
- ๓.๑.๔ การจัดบริการท่องเที่ยวโดยชุมชน
มีการจัดบริการนักท่องเที่ยวความหมายนำชมแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน
- ๓.๒ ข้อมูลด้านการจัดการการท่องเที่ยว
๓.๒.๑ มีการจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านบ่อสวก มีการจัดตั้งกลุ่มที่
พักโฮมสเตย์ กลุ่มทอผ้า กลุ่มทำเครื่องปั้นดินเผา
- ๓.๒.๒ ยังมีการบริหารจัดการในระยะเริ่มต้น
- ๓.๓ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญทางการตลาดการท่องเที่ยว
๓.๓.๑ จุดขายน่าสนใจ แนวคิด แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน
ชัดเจน
- ๓.๓.๒ มีเส้นทางการเดินทางเข้าถึงสะดวก แต่ยังขาดการจัดบริการเพื่อการ
เข้าถึงสำหรับผู้เดินทางด้วยตนเอง
- ๓.๓.๓ ยังขาดการเชื่อมโยงเครือข่ายอย่างทั่วถึง
- ๓.๓.๔ ยังขาดการดำเนินการทางการตลาด ให้มีนักท่องเที่ยวมาเยือนอย่าง
ต่อเนื่อง
- ๓.๔ ข้อเสนอการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว
๓.๔.๑ การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว
๓.๔.๑.๑ ควรจัดให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความรู้ความสามารถ
เพิ่มขึ้น
- ๓.๔.๑.๒ ควรจัดทำเส้นทางจักรยานท่องเที่ยวในชุมชน
และมีการจัดบริการนำเที่ยวโดยเส้นทางจักรยาน
- ๓.๔.๑.๓ ควรพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะเข้าถึงชุมชน
เพื่อให้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองเดินทางมายังชุมชนได้โดยสะดวก
- ๓.๔.๒ การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยว
ควรจัดระบบการจัดการที่มีการบริหารอย่างต่อเนื่อง
- ๓.๔.๓ การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว
๓.๔.๓.๑ การกำหนดจุดขาย ลักษณะและตำแหน่งทางการตลาด
“ชุมชนแห่งภูมิปัญญาที่มีค่าส่งต่อมรดกจากรุ่นสู่รุ่น”
- ๓.๔.๓.๒ การกำหนดพื้นที่ตลาดหลัก
- ๑) ตลาดในประเทศ กรุงเทพฯ และจังหวัดทางการศึกษา
การท่องเที่ยวได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ขอนแก่น มหาสารคาม อุบลราชธานี ปทุมธานี ชลบุรี ภูเก็ต
นครศรีธรรมราช สงขลา ฯ
- ๒) ตลาดต่างประเทศ ภูมิภาคยุโรป ได้แก่ เยอรมัน อังกฤษ
ฝรั่งเศส สวิสเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ ฯ ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ภูมิภาคเอเชีย

ได้แก่ จีน อินเดีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ มาเลเซีย สปป.ลาว เวียดนาม ภูมิภาคโอเชียเนีย ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์

๓.๔.๓.๓ การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก

๑) กลุ่มศึกษาดูงาน ได้แก่ สถาบันการศึกษา หน่วยงานรัฐ เอกชน ชมรม สมาคม กลุ่มสนใจด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี
๒) กลุ่มนักเขียน สื่อมวลชน ผู้สนใจในด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดีวิถีชุมชน

๓) กลุ่มครอบครัว ชมรม สมาคม ผู้เกษียณ

๓.๔.๓.๔ การกำหนดช่องทางการสื่อสารหลัก

๑) สื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เอกสาร เผยแพร่ โดยจัดเชิญนักเขียน สื่อมวลชน เดินทางนำชมชุมชน จัดทำเอกสารเผยแพร่ส่งไปยังกลุ่มเป้าหมาย

๒) สื่อวิทยุ โทรทัศน์ โดยเชิญนักจัดรายการ สื่อมวลชน เดินทางเยือนชุมชน

๓) สื่อออนไลน์ จัดทำ Website, Facebook, Instagram, เผยแพร่ และเชื่อมโยงการเผยแพร่โฆษณาไปยังสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง

๓.๔.๓.๕ การดำเนินงานทางการตลาดที่สำคัญ

๑) การประสานงานกับผู้แทนบริษัทนำเที่ยวเพื่อส่งเสริมการขายรายการนำเที่ยวมาเยือนชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากเมืองหลักทางการท่องเที่ยว ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย กรุงเทพฯ

๒) เชื่อมโยงกับเครือข่าย ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงพัฒนาสังคมฯ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ อบจ. อบต. เทศบาล ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมมือในการส่งเสริมการขาย

๓) เข้าร่วมงานส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว ที่กรุงเทพฯ และเมืองที่มีการจัดงาน รวมทั้งจัดทำเอกสารเผยแพร่เพื่อให้ ททท. จัดเผยแพร่ในงานส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวในต่างประเทศด้วย

๔. การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี

๔.๑ ข้อมูลด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

๔.๑.๑ จุดขายหลักทางการท่องเที่ยว

“วิถีชุมชนศิลปะพื้นบ้านไทย สวนป่าใกล้เมืองใหญ่ วิถีเกษตรพอเพียง”

๔.๑.๒ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน

๔.๑.๒.๑ บ้านร้อยเสา เป็นบ้านโบราณสร้างด้วยเสาไม้ร้อยต้น มีการจัดแสดงข้าวของเครื่องใช้สมัยก่อน พร้อมกับเรียนรู้ภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียง เช่น ทำตุ๋นเย็น ธรรมชาติ การปลูกพืชผักสวนครัว

๔.๑.๒.๒ บ้านใจดี จัดกิจกรรมเรียนรู้เพื่อสุขภาพ “กัวซารักษาโรค” หนึ่งในภูมิปัญญาแพทย์พื้นบ้านที่ตกทอดมาแต่โบราณ การชูดมหัวหนังเพื่อขับพิษ และการนวดแบบกัวซา

๔.๑.๒.๓ บ้านสวนปลูกป่า การจัดกิจกรรมชมสวนป่าพันธุ์ไม้ยืนต้น นานาพันธุ์ ในพื้นที่ ๖ ไร่เศษ สาธิตการใช้พลังงานทดแทนเครื่องตะบันน้ำ และสอนทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น

๔.๑.๒.๔ บ้านเรือนรักเอกลมุล เรื่องราวตำนานรักของตาเอกยายลมุล ซึ่งเป็นที่มาของชื่อ “บ้านเรือนรักเอกลมุล” พร้อมกับเรียนรู้ประเพณีการจัดขันหมากแบบไทยโบราณ รวมถึงการทำทองพับ ท้อพีไฟโบราณสูตรดั้งเดิม

๔.๑.๓ เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

๔.๑.๓.๑ กรุงเทพฯ - ชลบุรี - บางแสน - ศรีราชา - บางละมุง - บ้านตะเคียนเตี้ย - พัทยา

๔.๑.๓.๒ ตราด - จันทบุรี - ระยอง - พัทยา - บางละมุง - บ้านตะเคียนเตี้ย - ชลบุรี

๔.๑.๔ การจัดการบริการท่องเที่ยวโดยชุมชน

๔.๑.๔.๑ การแสดงลำตัด ต้อนรับคณะฯ

๔.๑.๔.๒ การนวดและรักษาโรคแบบกัวซา ภูมิปัญญาพื้นบ้าน

๔.๑.๔.๓ การนำชมวิถีชุมชนเศรษฐกิจพอเพียง การปลูกพืชผักสวนครัว สวนสมุนไพร สวนป่าต้นไม้นานาพันธุ์

๔.๑.๔.๔ การจัดกิจกรรมเรียนรู้ การทำแกงไก่กะลา การทำน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น การทำขนมทองพับ ท้อพีไฟโบราณ การนำเสนอเรื่องราว “บ้านเรือนรักเอกลมุล” ประเพณีการจัดขันหมากแบบไทยโบราณ และ เรื่องราวบ้านร้อยเสา

๔.๑.๔.๕ การจัดที่พัก โฮมสเตย์และการจัดการแสดงการสาธิตสำหรับหมู่คณะ

๔.๒ ข้อมูลด้านการจัดการการท่องเที่ยว

๔.๒.๑ การจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านตะเคียนเตี้ย เพื่อบริหารงานและจัดบริการ

๔.๒.๒ การจัดศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นสถานที่ติดต่อ และบริหารงานชมรมฯ

๔.๓ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญทางการตลาดการท่องเที่ยว

๔.๓.๑ สถานที่ตั้งใกล้เมืองพัทยาซึ่งเป็นเมืองหลักทางการท่องเที่ยว มีถนนลาดยาง รถยนต์เข้าถึงสะดวก แต่ยังไม่มียอดประจำทางที่เดินทางโดยสะดวกจากเมืองพัทยา

๔.๓.๒ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีวิถีชุมชนน่าสนใจ เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่ใกล้เคียง

๔.๓.๓ ชุมชนอยู่ใกล้เมืองใหญ่ มีการสร้างบ้านพัก หมู่บ้านจัดสรร เข้ามาในพื้นที่ชุมชนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

๔.๔ ข้อเสนอการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๔.๔.๑ การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

๔.๔.๑.๑ ที่พัก โฮมสเตย์ มีจำนวนจำกัด ต้องมีการบริหารจัดการการรับนักท่องเที่ยว

๔.๔.๑.๒ ควรพัฒนาให้มีจำนวนนักสื่อความหมายที่มีความรู้ความสามารถให้เพียงพอ และสามารถพัฒนานักสื่อความหมายภาษาต่างประเทศโดยการขอสนับสนุนจากอาสาสมัครชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองพัทยา

๔.๔.๒ การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

๔.๔.๒.๑ ควรขยายเครือข่าย การมีส่วนร่วมในชุมชนให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

๔.๔.๒.๒ ควรขยายเครือข่ายในการบริหารจัดการกับหน่วยงานปกครองทั้งอำเภอบางละมุง และเมืองพัทยา เพื่อสนับสนุนในการรักษาวิถีชุมชนให้ยั่งยืนต่อไป

๔.๔.๒.๓ ควรใช้ระบบออนไลน์ เพื่อการติดต่อรับจอง และการบริหารจัดการในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

๔.๔.๓ การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๔.๔.๓.๑ การกำหนดจุดขาย ลักษณะและตำแหน่งทางการตลาด

จุดขายหลัก “วิถีศิลปะพื้นบ้านไทย ศูนย์เรียนรู้วิถีชุมชนไทย”

๔.๔.๓.๒ การกำหนดพื้นที่ตลาดหลัก

๑) ตลาดในประเทศ กรุงเทพฯ และเมืองหลักทางการท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษา ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ขอนแก่น มหาสารคาม อุตรดิตถ์ อุบลราชธานี ปทุมธานี ภูเก็ต สงขลา สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ฯ

๒) ตลาดต่างประเทศ ภูมิภาคยุโรป ได้แก่ เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส สวีเดน เดนมาร์ก ฟินแลนด์ เนเธอร์แลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ รัสเซีย ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน อินเดีย มาเลเซีย ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลี ฯ ภูมิภาคโอเชียเนีย ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์

๔.๔.๓.๓ การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก

๑) กลุ่มศึกษา ดูงาน กลุ่มประชุม/สัมมนา

๒) กลุ่มครอบครัว

๓) กลุ่มชมรม สมาคม กลุ่มผู้เกษียณอายุ

๔) กลุ่มพนักงาน กลุ่มนักธุรกิจ

๔.๔.๓.๔ การกำหนดช่องทางการสื่อสารหลัก

๑) สื่อสิ่งพิมพ์ ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสารท่องเที่ยว นิตยสารด้านชุมชน วัฒนธรรม โดยเชิญนักเขียน สื่อมวลชน เยือนชุมชนเพื่อเขียนเรื่องราวเผยแพร่

- ๒) สื่อวิทยุ โทรทัศน์ เชิญรายการสารคดีท่องเที่ยว สารคดี การพัฒนาชุมชน สารคดีด้านวัฒนธรรม ประเพณี เพื่อจัดทำรายการเผยแพร่
- ๓) สื่อออนไลน์ จัดทำ Website, Facebook, Application เพื่อเผยแพร่ชุมชน
- ๔) สื่อทางตรง โดยจัดทำสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ จัดหมายข่าว สื่อออนไลน์ เผยแพร่สู่กลุ่มเป้าหมาย

๔.๔.๓.๕ การดำเนินงานทางการตลาดที่สำคัญ

- ๑) การขยายตลาดออนไลน์ ให้มีการเผยแพร่อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น
- ๒) ควรพัฒนาการจ้ดนำเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยว เสนอขาย กลุ่มนักท่องเที่ยวจากเมืองพัทยา
- ๓) ควรเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมืองพัทยา อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี บริษัทนำเที่ยวในพื้นที่ โรงแรมในเมืองพัทยาและพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อช่วยเผยแพร่

๕. การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชน บ้านซากแก้ว จ.ชลบุรี

- ๕.๑ ข้อมูลด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว
- ๕.๑.๑ จุดขายหลักทางการท่องเที่ยว
- “ชุมชนจีนโบราณ บ้านเก่าเล่าเรื่อง ตลาดนัดชุมชนจีน”
- ๕.๑.๒ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน
- ๕.๑.๒.๑ ตลาดจีนซากแก้ว โดยจัดทุกวันเสาร์ เวลา ๑๕.๐๐ – ๒๑.๐๐ น. มีการจัดตลาดขายอาหาร สินค้า ของชุมชนจีน โดยมีบ้านไม้โบราณเป็นเรือนแถวติดต่อกัน ยาวหลายคูหา พ่อค้าแม่ค้าแต่งชุดกี่เพ้า มีรถลากจีนให้บริการนักท่องเที่ยว
- ๕.๑.๒.๒ ศาลเจ้าแม่ทับทิม เป็นศาลเจ้าที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของชุมชน ชาวซากแก้ว ทุกๆปีจะมีการจัดงานไหว้เจ้าแม่ทับทิมครั้งใหญ่ขึ้นตามประเพณี เพื่อแสดงความรักและความหวงแหนต่อประเพณีอันเก่าแก่ของบรรพบุรุษ
- ๕.๑.๒.๓ ศูนย์เรียนรู้ชุมชนจีนซากแก้ว โดยมีการอนุรักษ์บ่อน้ำชุมชน มีบ้านไม้โบราณเป็นเรือนแถวยาวหลายคูหาที่ยังใช้อยู่อาศัยและค้าขายอันเป็นวิถีชุมชนที่สืบต่อกันมา มีการรวบรวมภาพและของเก่าของชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เรื่องราวของชุมชน
- ๕.๑.๒.๔ โรงจี้วโบราณ เป็นสถานที่จัดแสดงจี้วตั้งอยู่กลางชุมชน ในช่วงงานเทศกาลประจำปีจะมีคณะจี้วมาแสดงถวายเจ้าแม่ทับทิม มีการจัดทำฉากประกอบ เครื่องแต่งกาย และการแต่งหน้าของนักแสดง
- ๕.๑.๒.๕ โรงหนังเก่า เป็นอาคารไม้โบราณที่ใช้จัดฉายหนังในสมัยอดีต ปัจจุบันยังเก็บรักษาโรงหนังเก่าไว้ มีภาพโปสเตอร์หนังเก่าติดไว้ด้านหน้าโรงหนัง

- ๕.๑.๓ เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยว
- ๕.๑.๓.๑ ชลบุรี – บางแสน – ศรีราชา – ชุมชนตะเคียนเตี้ย – พัทยา
– ชุมชนบ้านชากแง้ว
- ๕.๑.๓.๒ ระยอง – สัตหีบ – หาดนาจอมเทียน – ชุมชนบ้านชากแง้ว
– พัทยา – ชลบุรี
- ๕.๑.๓.๓ นครนายก – ฉะเชิงเทรา – ชุมชนตะเคียนเตี้ย – พัทยา
- ๕.๑.๔ การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- ๕.๑.๔.๑ จัดบริการจำหน่ายอาหาร สินค้า ชุมชนเงินในการจัดตลาด
นัดทุกเย็นวันเสาร์
- ๕.๑.๔.๒ จัดนักสื่อความหมายนำชมตลาดเก่าชุมชน และศูนย์เรียนรู้
ชุมชน
- ๕.๑.๔.๓ จัดบริการรถลากเงิน นำชมตลาดไม้โบราณชุมชน
- ๕.๒ ข้อมูลด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
- ๕.๒.๑ การจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านชากแง้ว เพื่อบริหาร
จัดการ
- ๕.๒.๒ ประสานงานกับอำเภอนาจอมเทียน และองค์กรปกครองส่วนตำบล
เพื่อสนับสนุน
- ๕.๒.๓ ประสานงานชุมชนเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง โดยให้ร่วมค้าขายใน
ตลาดนัดชุมชน
- ๕.๓ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญทางการตลาดการท่องเที่ยว
- ๕.๓.๑ เส้นทางถนนเดินทางเข้าถึงสะดวก ไม่ไกลจากเมืองพัทยาซึ่งเป็นเมือง
หลักการท่องเที่ยว
- ๕.๓.๒ มีความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ของวิถีชุมชนที่มีเรื่องราวน่าสนใจ
- ๕.๓.๓ การมีส่วนร่วมของชุมชน มีการร่วมคิด ร่วมทำ แบ่งปันประโยชน์ อยู่
ในระยะเริ่มต้นที่ดี
- ๕.๓.๔ มีการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ในระยะเริ่มต้น
ที่เป็นไปได้ดี
- ๕.๓.๕ มีกลุ่มตลาดเป้าหมายหลากหลาย (Target Market) สามารถขยาย
ตลาดได้อย่างกว้างขวางโดยการเยี่ยมชม (Visit) เป็นหลัก
- ๕.๔ ข้อเสนอการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว
- ๕.๔.๑ การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว
- ๕.๔.๑.๑ ควรจัดโรงหนังเก่า เป็นพิพิธภัณฑ์ศูนย์การเรียนรู้ เรื่องราว
ของชุมชน และเป็นศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร การบริการนำชมชุมชน แก่นักท่องเที่ยว
- ๕.๔.๑.๒ กิจกรรมตลาดนัดชุมชนเงิน ควรเน้นสินค้าที่สื่อความหมาย
ชุมชนเงินที่เป็นเอกลักษณ์ และอาหารเงินที่มีเอกลักษณ์ มีการสาธิต และควรมีรสชาติอร่อย สะอาด
ถูกสุขอนามัย

๕.๔.๑.๓ ควรมีการจัดแสดงжив การแสดงเชิดสิงโต การแสดงวัฒนธรรมจีนพื้นบ้าน บริเวณโรงงิ้วเก่า พร้อมทั้งแสดงการทำฉาก ชุดแสดงжив การแต่งหน้างิ้ว ให้นักท่องเที่ยวชม

๕.๔.๒ การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

๕.๔.๒.๑ ควรพัฒนาการบริหารจัดการชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนให้เข้มแข็ง มีการจัดบริการที่มีรายได้เพื่อการบริหารงานเพิ่มขึ้น เช่น การจัดบริการนักท่องเที่ยว ความหมาย การนำชมพิพิธภัณฑ์และศูนย์การเรียนรู้ ฯ

๕.๔.๒.๒ ควรพัฒนาให้มีนักท่องเที่ยวที่มีความรู้ความสามารถที่มีจำนวนเพียงพอตามการพัฒนาตลาด หมู่นักท่องเที่ยว

๕.๔.๒.๓ ควรพัฒนาการเชื่อมโยงเครือข่ายการบริหาร ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมกันส่งเสริมและอนุรักษ์ชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งบ้านไม้โบราณให้คงอยู่

๕.๔.๒.๔ ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมชุมชน โรงเรียน เยาวชน ครอบครัว ผู้สูงอายุ เพื่อร่วมจัดแสดงกิจกรรมชุมชน เช่น การแสดงжив การละเล่นพื้นบ้านของชุมชน

๕.๔.๓ การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๕.๔.๓.๑ การกำหนดจุดขาย ลักษณะและตำแหน่งทางการตลาด

“วิถีชุมชนจีนโบราณ ตลาดและบ้านเก่าเล่าเรื่อง”

๕.๔.๓.๒ การกำหนดพื้นที่ตลาดหลัก

๑) ตลาดในประเทศ ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ฉะเชิงเทรา นครนายก ปทุมธานี และจังหวัดหลักทางการท่องเที่ยวและการศึกษา ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ขอนแก่น พิษณุโลก พระนครศรีอยุธยา อุตรดิตถ์ อุบลราชธานี ภูเก็ต สงขลา นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี เป็นต้น

๒) ตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ภูมิภาคยุโรป ได้แก่ อังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส สวีเดน เดนมาร์ก ฟินแลนด์ รัสเซีย เนเธอร์แลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ อิตาลี สเปน ฯ ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ฯ ภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน อินเดีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง ไต้หวัน เวียดนาม ฯ ภูมิภาคโอเชียเนีย ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ฯ

๕.๔.๓.๓ การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก

๑) กลุ่มศึกษา ดูงาน กลุ่มประชุม สัมมนา

๒) กลุ่มพนักงาน และนักธุรกิจ

๓) กลุ่มครอบครัว ผู้เกษียณอายุ

๔) กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ในพื้นที่เมืองพัทยา เมือง

ท่องเที่ยวใกล้เคียง

๕.๔.๓.๔ การกำหนดช่องทางการสื่อสารหลัก

๑) สื่อสิ่งพิมพ์ ทางหนังสือพิมพ์ และนิตยสารท่องเที่ยว วัฒนธรรม การพัฒนาชุมชน โดยเชิญนักเขียน สื่อมวลชน เยี่ยมชมชุมชนเพื่อนำเสนอสารคดี

๒) วิทยู โทรทัศน์ โดยการเชิญรายการสารคดีท่องเที่ยว วัฒนธรรม การพัฒนาชุมชน นำเสนอเรื่องราวชุมชน

๓) สื่อออนไลน์ Website, Facebook, Instagram เชิญ Bloggers เยี่ยมชมชุมชน เพื่อเผยแพร่เรื่องราวของชุมชน

๕.๔.๓.๕ การดำเนินงานทางการตลาดที่สำคัญ

๑) พัฒนาการเชื่อมโยงเครือข่ายทางการตลาด บริษัทนำเที่ยว โรงแรม แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมืองพัทยา ซึ่งเป็นเมืองหลักทางการท่องเที่ยว

๒) การประสานความร่วมมือสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเมืองพัทยา อบจ.ชลบุรี อบต.ที่เกี่ยวข้อง ฯ

๖. การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชนแหลมกลัด อ.เมือง จ.ตราด

๖.๑ ข้อมูลด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

๖.๑.๑ จุดขายหลักทางการท่องเที่ยว “ชุมชนประมงเชิงอนุรักษ์ แหล่งชมโลมาอิรวดี”

๖.๑.๒ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน

๖.๑.๒.๑ ชุมชนประมงพื้นบ้านแหลมกลัด วิถีชีวิตประมงดั้งเดิม ที่ใช้อุปกรณ์เรียบง่าย นักท่องเที่ยวสามารถออกเรือไปหาปลาและลากอวนในท้องทะเลกับชาวประมงท้องถิ่นได้

๖.๑.๒.๒ แหล่งชมโลมาอิรวดี จากบ้านแหลมกลัดนั่งเรือไปชมโลมาอิรวดี ชนิดหัวบาตร ฝูงหนึ่งมีมากถึง ๑๐ ตัว

๖.๑.๒.๓ หาดทรายขาว บริเวณบ้านแหลมกลัดมีหาดทรายขาวที่ทอดยาวราว ๒๐ กิโลเมตร มีกิจกรรมเก็บหอยขาวที่บริเวณหาดลาดทรายซึ่งเป็นลานหอยขาวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

๖.๑.๒.๔ ศูนย์เพาะพันธุ์ปูม้า การนำชมธนาคารปูม้าที่มีการนำแม่ปูม้ามาวางไข่ และมีการดูแลเพื่อให้มีอัตราการรอดชีวิตประมาณร้อยละ ๑๐ แล้วนำไปปล่อยในทะเลที่ได้รับการฟื้นฟูจากชุมชนแล้ว

๖.๑.๒.๕ คลองประทุน เป็นพื้นที่ป่าชายเลน มีทางเดินเท้าชมป่าชายเลน หรือนั่งเรือชมความอุดมสมบูรณ์ของป่าชายเลน ช่วงพลบค่ำจะมีหิ่งห้อยให้นักท่องเที่ยวชมด้วย

๖.๑.๓ เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

ตราด – คลองใหญ่ – ชุมชนบ้านแหลมกลัด – เกาะกูด – เกาะหมาก

๖.๑.๔ การจัดบริการท่องเที่ยวโดยชุมชน

๖.๑.๔.๑ การบริการให้นักท่องเที่ยวร่วมออกเรือหาปลาและลากอวนประมงพื้นบ้าน

๖.๑.๔.๒ การบริการล่องเรือชมป่าชายเลน และชมหิ่งห้อย

๖.๑.๔.๓ การนำชมศูนย์เพาะพันธุ์ปูม้า

๖.๑.๔.๔ การล่องเรือนำชมโลมาอิรวดี ชนิดหัวบาตร

๖.๒ ข้อมูลด้านการจัดการการท่องเที่ยว

๖.๒.๑ มีการจัดตั้ง ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลแหลมกลัด เพื่อบริการนักท่องเที่ยว

๖.๒.๒ การบริหารยังขาดการบูรณาการและการบริหารงานอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง ควรร่วมมือกันมากขึ้นระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลและชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน

๖.๒.๓ ความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมในชุมชนยังไม่เพียงพอ ควรมีการเชื่อมโยงกลุ่มต่างๆและชุมชนใกล้เคียงให้เกิดการร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง

๖.๓ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญทางการตลาดการท่องเที่ยว

๖.๓.๑ มีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงทางรถยนต์ รถประจำทาง และทางทะเล

๖.๓.๒ มีชุมชนประมงหลายแห่งในพื้นที่ใกล้เคียงเป็นคู่แข่งขัน จำเป็นต้องบูรณาการกิจกรรมต่างๆในชุมชนให้เกิดความน่าสนใจและคุ้มค่าแก่การเดินทางท่องเที่ยว ปัจจุบันมีจุดขาย แหล่งท่องเที่ยวมากแต่ห่างไกลกัน วิธีชุมชนยังไม่โดดเด่นเท่าที่ควร

๖.๓.๓ การพัฒนาความรู้ความเข้าใจของกลุ่มกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชนจำเป็นต้องมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นให้เกิดการรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็ง

๖.๓.๔ มีโอกาสในการขยายตลาดนักท่องเที่ยว แต่ต้องสร้างความโดดเด่น น่าสนใจ และเผยแพร่อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

๖.๔ ข้อเสนอการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๖.๔.๑ การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

๖.๔.๑.๑ ควรพัฒนาที่พัก โฮมสเตย์ โดยชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจ และมีความพร้อม

๖.๔.๑.๒ ควรพัฒนาอาหารพื้นบ้านให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ สะอาด ถูกสุขอนามัย

๖.๔.๑.๓ ควรปรับปรุงเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ป่าชายเลน ที่ชำรุด ให้มีความปลอดภัย

๖.๔.๑.๔ ควรเชื่อมโยงวิถีชุมชนท่องเที่ยวที่กำลังดำเนินการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวโดย อบต.แหลมกลัด ด้วย

๖.๔.๒ การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

๖.๔.๒.๑ ควรร่วมมือกันระหว่าง อบต.แหลมกลัด และชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนแหลมกลัด ในการบริหารงานและการบริการนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

๖.๔.๒.๒ ควรพัฒนาการสร้างความรู้ความเข้าใจชุมชนให้เกิดการร่วมคิดร่วมทำและ ร่วมรับประโยชน์ ให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันต่อไป

๖.๔.๓ การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๖.๔.๓.๑ การกำหนดจุดขาย ลักษณะและตำแหน่งทางการตลาด
“ชุมชนประมงพื้นบ้านเชิงอนุรักษ์ ชมโลมาอิรวดี และ
หิ้งห้อยป่าชายเลน”

๖.๔.๓.๒ การกำหนดพื้นที่ตลาดหลัก

๑) ตลาดในประเทศ กรุงเทพฯ และเมืองหลักทางการ
ท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงเชื่อมโยง ได้แก่ ตราด เกาะช้าง เกาะกูด จันทบุรี ระยอง พัทยา ฯ

๒) ตลาดต่างประเทศ ภูมิภาคยุโรป ได้แก่ อังกฤษ เยอรมัน
รัสเซีย ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส ฯ ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน
ไต้หวัน เกาหลี อินเดีย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม ญี่ปุ่น ฯ

๖.๔.๓.๓ การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก

๑) กลุ่มประชุม สัมมนา กลุ่มศึกษา ดูงาน

๒) กลุ่มสตรี เยาวชน นักศึกษา พนักงาน นักธุรกิจ

๓) กลุ่มครอบครัว

๖.๔.๓.๔ การกำหนดช่องทางการสื่อสารหลัก

๑) สื่อสิ่งพิมพ์ หนังสือนิตยสารท่องเที่ยว
วัฒนธรรม การอนุรักษ์ การประมง โดยเชิญสื่อมวลชน นักเขียน เดินทางเยี่ยมชมกิจกรรมชุมชนเพื่อ
เผยแพร่

๒) วิทยู โทททัศน์ เชิญรายการสารคดี สื่อมวลชน เพื่อเยี่ยม
ชมชุมชน

๓) สื่อออนไลน์ จัดทำ Website, Facebook, Line, You
Tube เชิญ Bloggers เยี่ยมชมชุมชน และเผยแพร่เรื่องราว

๖.๔.๓.๕ การดำเนินงานทางการตลาดที่สำคัญ

๑) เข้าร่วมเผยแพร่ในงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จัดใน
กรุงเทพฯ และจังหวัดต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมืองหลักและจังหวัดใกล้เคียง เช่น พัทยา ระยอง ฯ

๒) ควรประสานการจัดนำเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยว ที่มีระบบ
การจองมีการจัดบริการอย่างเป็นระบบ และมีความปลอดภัย

๓) ควรประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวง
การท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ
นิทรรศการ รวมทั้งหน่วยงานต่างๆในจังหวัดตราด เพื่อสนับสนุนการดำเนินการทางการตลาดให้
กว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไป

๗. การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชน บ้านน้ำเชี่ยว อ.แหลมงอบ จ.ตราด

๗.๑ ข้อมูลด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

๗.๑.๑ จุดขายหลักทางการท่องเที่ยว “ชุมชน ๒ ศาสนา สะพานวัดใจ มัสยิด
๒๐๐ ปี และวิถีชุมชน”

๗.๑.๒ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน

๗.๑.๒.๑ มัสยิดอัลกุบรอ เป็นมัสยิดเก่าแก่อายุมากกว่า ๒๐๐ ปี ตั้งอยู่ริมคลอง เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวมุสลิมบ้านน้ำเขียว

๗.๑.๒.๒ วัดน้ำเขียว เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวพุทธ มีพระบรมสารีริกธาตุและพระประจำวันเกิดปางต่างๆ เป็นวัดพัฒนาตัวอย่าง ประจำปี ๒๕๔๘

๗.๑.๒.๓ คลองน้ำเขียว ที่มีชุมชนเก่าแก่อยู่ริมฝั่งคลอง มีสะพานวัดใจซึ่งเป็นสะพานโค้งสูงเชื่อมโยงชุมชน๒ฝั่งคลอง มีการล่องเรือชมธรรมชาติตามคลองน้ำเขียวไปจนถึงปากอ่าว มีกิจกรรมงมหอยปากเปิด ที่สนุก ทำทาย เป็นการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากชุมชนสู่นักท่องเที่ยวได้อย่างดี

๗.๑.๒.๔ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติป่าชายเลน มีกิจกรรมล่องเรือชมธรรมชาติป่าชายเลน ศึกษาธรรมชาติของสัตว์ป่าชายเลน ได้แก่ ปู ปลาตีน ลิง และนกหลายสายพันธุ์ โดยมีหอดูนกสูงเท่าตึกสามชั้น สามารถชมความงามของป่าชายเลนและทิวทัศน์ชุมชน

๗.๑.๒.๕ ศาลาจุดบริการนักท่องเที่ยว เป็นสถานที่จัดต้อนรับคณะนักท่องเที่ยว การจัดเลี้ยงอาหารพื้นบ้าน การสาธิตทำขนมและหัตถกรรมพื้นบ้าน ได้แก่ การทำตังแมกรอบ ข้าวเกรียบยาหน้า การทำอบบ้านน้ำเขียว ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

๗.๑.๓ เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

จันทบุรี - ตราด - ชุมชนบ้านน้ำเขียว - แหลงมอบ - เกาะช้าง

๗.๑.๔ การจัดบริการท่องเที่ยวโดยชุมชน

๗.๑.๔.๑ การจัดที่พัก แบบรีสอร์ท และโฮมสเตย์

๗.๑.๔.๒ การจัดบรรยาย เลี้ยงรับรอง สาธิตทำขนมและหัตถกรรม

พื้นบ้านแก่คณะฯ

๗.๑.๔.๓ การบริการล่องเรือชมธรรมชาติป่าชายเลน การงมหอย

ปากเปิด

๗.๒ ข้อมูลด้านการจัดการการท่องเที่ยว

มีการจัดตั้ง ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านน้ำเขียว เพื่อการบริหารงานและบริการนักท่องเที่ยว

๗.๓ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญทางการตลาดการท่องเที่ยว

๗.๓.๑ เส้นทางการเดินทางเข้าถึงสะดวก

๗.๓.๒ วิถีชุมชนมีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ที่น่าสนใจ และคุ้มค่าในการเดินทาง

ท่องเที่ยว

๗.๓.๓ การตลาดมุ่งเน้นกลุ่มศึกษา ดูงาน โดยมีการจองการจัดบริการ

ล่วงหน้า

๗.๓.๔ การมีส่วนร่วมชุมชน และการบริหารจัดการ สามารถพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

ต่อไป

๗.๔ ข้อเสนอการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๗.๔.๑ การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

๗.๔.๑.๑ ควรพัฒนาการบริการนำชมชุมชน เช่น รถรางนำเที่ยวชุมชน จัดทำเส้นทางจักรยานท่องเที่ยวชุมชน เพื่อสัมผัสวิถีชุมชนตามหมู่บ้านต่างๆ ที่น่าสนใจ

๗.๔.๑.๒ ควรพัฒนาด้านความสะอาด และสุขอนามัย เพื่อการบริการนักท่องเที่ยวที่ประทับใจ

๗.๔.๑.๓ ควรพัฒนาให้มีนักท่องเที่ยวที่มีความรู้ความสามารถในจำนวนเพียงพอกับการขยายตลาดนักท่องเที่ยวต่อไป

๗.๔.๒ การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

๗.๔.๒.๑ ควรพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน ให้มีการขยายเครือข่ายให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

๗.๔.๒.๒ ควรพัฒนาระบบการบริหารจัดการ ให้เกิดความร่วมมือกันอย่างกว้างขวาง และให้เป็นที่ยอมรับของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

๗.๔.๓ การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๗.๔.๓.๑ การกำหนดจุดขาย ลักษณะและตำแหน่งทางการตลาด “วิถีชุมชนสันติสุข ๒ ศาสนา การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และหัตถกรรมพื้นบ้าน”

๗.๔.๓.๒ การกำหนดพื้นที่ตลาดหลัก

๑) ตลาดในประเทศ กรุงเทพฯ เมืองหลักทางการท่องเที่ยว และจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ โดยเริ่มต้นจากพื้นที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น เกาะช้าง พัทยา ฯ

๒) ตลาดต่างประเทศ ภูมิภาคยุโรป ได้แก่ อังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส รัสเซีย สวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ ฟินแลนด์ อิตาลี สเปน เนเธอร์แลนด์ ฯ ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ฯ ภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน อินเดีย สิงคโปร์ ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน มาเลเซีย เวียดนาม ฯ ภูมิภาคตะวันออกกลาง ได้แก่ อาหรับเอมิเรต อิหร่าน ฯ

๗.๔.๓.๓ การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก

๑) กลุ่มศึกษา ดูงาน ประชุม สัมมนา

๒) กลุ่มชาวมุสลิม

๓) กลุ่มครอบครัว กลุ่มสตรี

๔) กลุ่มพนักงาน นักธุรกิจ

๕) กลุ่มชมรม สมาคม สโมสร องค์กร

๗.๔.๓.๔ การกำหนดช่องทางการสื่อสารหลัก

๑) สื่อสิ่งพิมพ์ ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร การท่องเที่ยว วัฒนธรรม พัฒนาชุมชน การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเชิญสื่อมวลชน นักเขียนเยือนชุมชน และเผยแพร่เรื่องราว

๒) วิทยู โทรทัศน์ รายการสารคดี การท่องเที่ยว วัฒนธรรม พัฒนาชุมชน การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเชิญรายการสารคดี สื่อมวลชน เยือนชุมชน และเผยแพร่เรื่องราว

๓) สื่อออนไลน์ Website, Facebook, Instagram, Line, You Tube โดยเผยแพร่เรื่องราวชุมชน และเชิญ Bloggers เยือนชุมชน

๔) สื่อสารตรงกลุ่มเป้าหมาย โดยจัดทำเอกสาร หรือสื่อออนไลน์ เผยแพร่ส่งตรงสู่กลุ่มเป้าหมาย

๗.๔.๓.๕ การดำเนินงานทางการตลาดที่สำคัญ

๑) ร่วมเผยแพร่ในงานท่องเที่ยวที่สำคัญที่กรุงเทพฯ และจังหวัดหลักทางการท่องเที่ยว

๒) ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ สมาคมธุรกิจ การท่องเที่ยว จ.ตราด และจังหวัดใกล้เคียงเพื่อสนับสนุนการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์

๓) ประสานงานบริษัทนำเที่ยว เพื่อจัดนำคณะนักท่องเที่ยว เยือนชุมชน

๘. การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชนเมืองเก่า อ.เมือง จ.สุโขทัย

๘.๑ ข้อมูลด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

๘.๑.๑ จุดขายหลักทางการท่องเที่ยว “ชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ย้อนรอยอดีตผ่านวิถีดั้งเดิมที่ดำรงอยู่ในปัจจุบัน”

๘.๑.๒ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน

๘.๑.๒.๑ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มรดกโลกเป็นสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่ได้รับการประกาศเป็นมรดกโลก ยังมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน วัดสำคัญ ที่มีสถาปัตยกรรมในยุคสุโขทัยอย่างแท้จริง

๘.๑.๒.๒ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติรามคำแหง สถานที่จัดแสดงศิลปะโบราณตั้งแต่ ศิลจารึก เครื่องสังคโลก พระพุทธรูป และพระพิมพ์ต่างๆที่มีการขุดพบ และประชาชนมอบให้แบ่งส่วนการแสดงผลเป็นอาคารลายสือไทย ๗๐๐ ปี อาคารพิพิธภัณฑ์ และพิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง

๘.๑.๒.๓ วัดพระพายหลวง เป็นวัดที่เคยเป็นศูนย์กลางชุมชนตั้งแต่ก่อนการสถาปนาอาณาจักรสุโขทัย มีคูน้ำล้อมรอบ มีพระปรางค์ ๓ องค์ ก่อด้วยศิลาแลงและรูปศิลปะแบบเขมรบายนสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ ๗

๘.๑.๒.๔ วัดศรีชุม เป็นที่ประดิษฐานของพระพุทธรูปปูนปั้นพระอจนะ หรือตำนานพระพุทไธ หน้าที่กว้าง ๑๑.๓๐ เมตร มีลักษณะเป็นมณฑปที่เหลือเพียงผนังสี่ด้านเท่านั้น แต่เป็นมุมมองที่เป็นเอกลักษณ์ได้อย่างลงตัว

๘.๑.๒.๕ ถนนสังคโลก ย่านสังคโลก บริเวณชุมชนบ้านใหม่ตระพังทอง เป็นแหล่งรวมผลงานศิลปะหัตถกรรมการทำเครื่องสังคโลกที่มีเรื่องราวความเป็นมาให้คนในชุมชนได้ประกอบอาชีพที่เป็นการสืบทอดมรดกวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอันทรงคุณค่าได้สืบทอด

๘.๑.๒.๖ การเยี่ยมชมและเรียนรู้วิถีชุมชน ได้แก่ การชมเตาทุเรียง และการสานปลาตะเพียนที่ชุมชนศรีชุม การทำเครื่องไม้จากเศษไม้สักที่ชุมชนแม่ลำพัน การทำกลองยาว

ทำขนม พระร่วงที่ชุมชนบ้านใต้ การทำกระทงโบราณ และบริการนำชมโบราณสถานด้วยวัวเทียม
เกวียนที่ชุมชนลิไท ฯ

๘.๑.๓ เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

๘.๑.๓.๑ นครสวรรค์ – กำแพงเพชร – สุโขทัย – อุทยานประวัติศาสตร์
สุโขทัย

๘.๑.๓.๒ อุทยาน – นครสวรรค์ – พิษณุโลก – สุโขทัย – อุทยาน
ประวัติศาสตร์สุโขทัย

๘.๑.๔ การจัดบริการท่องเที่ยวโดยชุมชน

๘.๑.๔.๑ การจัดบริการที่พัก โฮมสเตย์ มีสมาชิก ๘ หลัง รับ
นักท่องเที่ยวได้ ๑๒๐ คน

๘.๑.๔.๒ การจัดบริการนำเที่ยวชุมชน โดยใช้รถสองแถวที่เรียกชื่อว่า
“รถคอกหมู”

๘.๑.๔.๓ การจัดบริการนักท่องเที่ยวในการนำชมชุมชน

๘.๒ ข้อมูลด้านการจัดการการท่องเที่ยว

๘.๒.๑ มีการจัดตั้ง ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อบริหารงาน
และประสานการจัดการนักท่องเที่ยว

๘.๒.๒ มีการเชื่อมโยงการบริหารงานกับกลุ่มที่พักริสอร์ท และชุมชนต่างๆ
ในพื้นที่ใกล้เคียง

๘.๓ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญทางการตลาดการท่องเที่ยว

๘.๓.๑ เส้นทางเดินทางเข้าถึงชุมชนสะดวก แต่ยังคงขาดการบริการรถ
สาธารณะที่สะดวก

๘.๓.๒ ชุมชนอยู่ในพื้นที่เชื่อมโยงอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มรดกโลก
เป็นที่รู้จักนักท่องเที่ยวทั่วโลก และวิถีชุมชนเป็นการสืบทอดวัฒนธรรม เป็นเอกลักษณ์ น่าสนใจ

๘.๓.๓ การมีส่วนร่วมชุมชนดีพอสมควร ยังสามารถขยายเครือข่ายได้เพิ่มขึ้น

๘.๓.๔ มีกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่าง
กว้างขวาง

๘.๔ ข้อเสนอการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๘.๔.๑ การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

๘.๔.๑.๑ ควรพัฒนารายการบริการนำเที่ยวชุมชน เพิ่มขึ้นจาก
รายการครึ่งวัน ๑ วัน ๒ วัน เป็นรายการนำชมแต่ละชุมชนมีการบริการเครื่องดื่ม อาหารว่าง คิด
ค่าบริการ แต่ละแห่ง

๘.๔.๑.๒ ควรพัฒนาให้นักท่องเที่ยวที่มีความรู้ความสามารถใน
จำนวนเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะขยายตลาดต่อไป

๘.๔.๑.๓ ควรจัดรถบริการนำเที่ยวให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว

๘.๔.๑.๔ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและขนมพื้นบ้านให้มีความ
โดดเด่น น่าสนใจ

๘.๔.๑.๕ ควรจัดศูนย์บริการท่องเที่ยว เพื่อเป็นศูนย์รับจองประสาน การบริการ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนแก่นักท่องเที่ยว

๘.๔.๑.๖ ควรพัฒนาระบบการเข้าถึงชุมชน โดยร่วมกับธุรกิจที่ เกี่ยวข้องจัดระบบ Shuttle Bus จากสนามบินไปยังโรงแรม อุทยานประวัติศาสตร์ ในแต่ละเที่ยวบิน

๘.๔.๒ การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

๘.๔.๒.๑ ควรจัดทำ Website เพื่อใช้ในการเผยแพร่ การรับจอง และ ประสานการบริการนักท่องเที่ยว

๘.๔.๒.๒ ควรพัฒนาการมีส่วนร่วมชุมชนให้เกิดการมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้น

๘.๔.๒.๓ ควรพัฒนาเส้นทางจักรยานท่องเที่ยวชุมชนและจัดบริการ นักท่องเที่ยว

๘.๔.๓ การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๘.๔.๓.๑ การกำหนดจุดขาย ลักษณะและตำแหน่งทางการตลาด “ชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย มรดกโลก ย้อนรอยอดีตผ่านวิถีดั้งเดิมที่ยังดำรงอยู่ใน ปัจจุบัน”

๘.๔.๓.๒ การกำหนดพื้นที่ตลาดหลัก

๑) ตลาดในประเทศ กรุงเทพฯ จังหวัดใกล้เคียง จังหวัดหลัก ทางการท่องเที่ยวและการศึกษา และจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศ

๒) ตลาดต่างประเทศ ภูมิภาคยุโรป ได้แก่ ฝรั่งเศส อังกฤษ เยอรมัน สวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ ฟินแลนด์ รัสเซีย อิตาลี สเปน ฯ ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย ญี่ปุ่น ไต้หวัน สิงคโปร์ ฮองกง ไต้หวัน เกาหลี ฯ ภูมิภาคโอเชียเนีย ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ฯ

๘.๔.๓.๓ การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก

๑) กลุ่มศึกษา ดูงาน ประชุม สัมมนา

๒) กลุ่มนักศึกษา เยาวชน

๓) กลุ่มสตรี กลุ่มพนักงาน นักธุรกิจ

๔) กลุ่มชมรม สมาคม สโมสร

๕) กลุ่มสนใจพิเศษ ด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี วิถีชุมชน

๘.๔.๓.๔ การกำหนดช่องทางการสื่อสารหลัก

๑) สื่อสิ่งพิมพ์ ทางหนังสือพิมพ์ นิตยสาร การท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี พัฒนาชุมชน ฯ โดยเชิญนักเขียน สื่อมวลชน เยือนชุมชน

๒) วิทยู โทรทัศน์ รายการสารคดี ท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วิถีชุมชน โดยเชิญนักจัดรายการ สื่อมวลชน เยือนชุมชนและเผยแพร่

๓) สื่อออนไลน์ จัดทำ Website, Facebook, Instagram, Line, YouTube และเผยแพร่บนเครือข่ายกลุ่มเป้าหมาย เชิญ Bloggers เยือนชุมชนและเผยแพร่

๔) สื่อทางตรงสู่กลุ่มเป้าหมาย โดยจัดทำเอกสาร หรือ E-mail เผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรง

๘.๔.๓.๕ การดำเนินงานทางการตลาดที่สำคัญ

- ๑) การเข้าร่วมเผยแพร่ในงานส่งเสริมการท่องเที่ยวที่กรุงเทพฯ และจังหวัดหลักทางการท่องเที่ยว
- ๒) ประสานงานหน่วยงานเครือข่าย ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงมหาดไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดต่างๆ เพื่อสนับสนุนการเผยแพร่
- ๓) ขยายเครือข่ายการตลาด โดยเชื่อมโยงกับสมาคมบริษัทนำเที่ยวต่างๆ เพื่อเสนอกลุ่มบริษัทนำเที่ยวจัดทำรายการเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

๙. การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนชุมชนบ้านไร่กองซิง อ.หางดง จ.เชียงใหม่

๙.๑ ข้อมูลด้านสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

๙.๑.๑ จุดขายหลักทางการท่องเที่ยว “ชุมชนรักษ์สุขภาพ แบบอย่างความสุขทั้งกายใจ”

๙.๑.๒ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชน

๙.๑.๒.๑ สวนเกษตรปลอดสารพิษ แหล่งกำเนิดสุขภาพที่ดีของชุมชน สวนเกษตรปลอดสารพิษ ที่จัดตั้งเป็นพื้นที่ปลูกผักอินทรีย์และสมุนไพรพื้นเมือง โดยผักที่เหลือจากการบริโภคก็จะนำไปจำหน่าย ถือเป็นการสร้างสุขภาพที่ดีและสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน

๙.๑.๒.๒ ศูนย์บริการเพื่อสุขภาพ เป็นศูนย์บริการที่ให้บริกรนวดอบ ประคบสมุนไพร โดยสมุนไพรที่ใช้จะซื้อจากคนในชุมชน แสดงให้เห็นถึงการพึ่งพาอาศัยกันของชุมชน ศูนย์มีเอกลักษณ์ คือ “การย่ำขาง” ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของชาวล้านนา นอกจากนี้ศูนย์ยังให้บริการเครื่องออกกำลังกายแก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวแบบค่าใช้จ่าน้อย

๙.๑.๒.๓ หมู่บ้านเหมืองกุง เป็นหมู่บ้านที่สืบสานศิลปวัฒนธรรมล้านนาโบราณ ด้วยกิจกรรมการทำเครื่องปั้นดินเผา “น้ำตัน” หรือ “คนโท” ซึ่งเป็นภาชนะใส่น้ำของชาวล้านนา โดยให้มีการเรียนรู้ตั้งแต่ขั้นตอนการขึ้นรูป ทั้งแบบการใช้แทนหมุนมือโบราณและแทนหมุนไฟฟ้า การลงมือเคลือบผิวด้วยดินแดง การขัดเงาให้วาววามด้วยหิน และการตกแต่งลวดลายให้สวยงาม

๙.๑.๒.๔ วัดอินทราวาส (ต้นแก้ว) ต้นแบบสถาปัตยกรรมล้านนาที่ยังคงความสวยงามแบบดั้งเดิม สมาคมสถาปนิกสยามประกาศให้เป็นอาคารอนุรักษ์ดีเด่นเมื่อปี ๒๕๓๒ ซึ่งความงดงามของวัดนี้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบหอคำหลวง ที่ตั้งเด่นสง่าอยู่กลางอุทยานราชพฤกษ์ จังหวัดเชียงใหม่

๙.๑.๓ เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยว

ลำปาง – เชียงใหม่ – ชุมชนบ้านไร่กองซิง – อุทยานหลวงราชพฤกษ์
– เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี

๙.๑.๔ การจัดบริการท่องเที่ยวโดยชุมชน

๙.๑.๔.๑ การบริการที่พัก โฮมสเตย์

๙.๑.๔.๒ การจัดเลี้ยงแบบขันโตก อาหารพื้นเมือง การจัดแสดงโดย
ชาวบ้านในชุมชนต้อนรับคณะ

๙.๑.๔.๓ การจัดบริการจักรยานนำเที่ยว พื้นที่ชุมชน และแหล่ง
ท่องเที่ยวเชื่อมโยง

๙.๑.๔.๔ การจัดบริการรักษาสุขภาพ ด้วย “การย่ำขา” นวด
อบ ประคบสมุนไพร

๙.๑.๔.๕ การจัดบริการบรรยายให้ความรู้การพัฒนาชุมชนเข้มแข็ง
เศรษฐกิจพอเพียง ของชุมชน ซึ่งมีเรื่องราวการพัฒนาที่น่าสนใจและเป็นชุมชนตัวอย่างที่ได้รับรางวัล
การพัฒนาชุมชนทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ

๙.๑.๔.๖ การจัดบริการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ สบู่เหลว
บำรุงผิว น้ำผึ้งสมุนไพร ตะไคร้หอมไล่ยุง ลูกประคบสมุนไพร และน้ำมันไพล

๙.๒ ข้อมูลด้านการจัดการการท่องเที่ยว

๙.๒.๑ มีการจัดตั้ง “ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไร่กองขิง”
ดำเนินการบริหารจัดการและประสานการบริการนักท่องเที่ยว

๙.๒.๒ มีการจัดตั้งกลุ่มต่างๆ เพื่อร่วมกันในการพัฒนาชุมชนและจัดบริการ
นักท่องเที่ยว โดยเป็นการร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมรับประโยชน์ โดยทุกคนจะได้รับปันผลจากรายได้
ที่ได้รับ

๙.๓ การวิเคราะห์ประเด็นสำคัญทางการตลาดการท่องเที่ยว

๙.๓.๑ เส้นทางเดินทางเข้าถึงชุมชนสะดวก อยู่ใกล้ตัวเมือง และสนามบิน
๙.๓.๒ วิถีชุมชนมีเอกลักษณ์ มีเรื่องราวและรูปแบบการพัฒนาชุมชนที่
น่าสนใจ

๙.๓.๓ ได้รับความร่วมมือสนับสนุนการพัฒนาชุมชนจากหน่วยงานที่
เกี่ยวข้องด้วยดี

๙.๓.๔ การมีส่วนร่วมชุมชนเข้มแข็งและทั่วถึง ร่วมกันทำงานอย่างมีความสุข

๙.๓.๕ การขยายตลาดต้องบริหารจัดการตามความสามารถในการรองรับ

๙.๔ ข้อเสนอการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๙.๔.๑ การพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

๙.๔.๑.๑ ควรพัฒนาหีบห่อผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่า และความ
สะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๙.๔.๑.๒ ควรพัฒนาฝึกอบรมชาวชุมชนให้มีความรู้ความสามารถใน
การให้บริการที่มีมาตรฐานในระดับสากล เพื่อความประทับใจของนักท่องเที่ยว

๙.๔.๑.๓ ควรจัดการบริการที่พัก ที่จอดรถ ลานวัฒนธรรม ให้
เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว

๙.๔.๒ การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ควรพัฒนาให้มีการสานต่อผู้บริหารชุมชนรุ่นต่อรุ่น เพื่อความมั่นคง
มั่งคั่งและยั่งยืน ต่อไป

๙.๔.๓ การพัฒนาศักยภาพทางการตลาดการท่องเที่ยว

๙.๔.๓.๑ การกำหนดจุดขาย ลักษณะและตำแหน่งทางการตลาด “ชุมชนรักษาสภาพ แบบอย่างความสุขทั้งกายใจ ด้วยเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนเข้มแข็ง”

๙.๔.๓.๒ การกำหนดพื้นที่ตลาดหลัก

๑) ตลาดในประเทศ กรุงเทพฯ จังหวัดหลักทางการท่องเที่ยว และจังหวัดต่างๆทั่วประเทศ (เป็นลำดับพื้นที่ดำเนินการทางการตลาด)

๒) ตลาดต่างประเทศ ภูมิภาคยุโรป ได้แก่ อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน สวีเดน เดนมาร์ก นอร์เวย์ ฟินแลนด์ อิตาลี สเปน สวิสเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ ฯ ภูมิภาคอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี อินเดีย ฯ ภูมิภาคโอเชียเนีย ได้แก่ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์

๙.๔.๓.๓ การกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก

๑) กลุ่มศึกษา ดูงาน ประชุม สัมมนา

๒) กลุ่มนักศึกษา เยาวชน

๓) กลุ่มพนักงาน นักธุรกิจ ข้าราชการ

๔) กลุ่มองค์กร ชมรม สมาคม สโมสร

๕) กลุ่มความสนใจพิเศษ ด้านวิถีชุมชน วัฒนธรรม การ

พัฒนาชุมชน

๙.๔.๓.๔ การกำหนดช่องทางการสื่อสารหลัก

๑) สื่อสิ่งพิมพ์ ทางหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ท่องเที่ยว วัฒนธรรม สุขภาพการพัฒนาชุมชน การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยเชิญสื่อมวลชน นักเขียน เยือนชุมชนและเผยแพร่เรื่องราว

๒) วิทยู โทรทัศน์ เชิญสื่อมวลชน และรายการสารคดี ท่องเที่ยว วัฒนธรรม สุขภาพ การพัฒนาชุมชน การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

๓) สื่อออนไลน์ Website, Facebook, Instagram, Line, You Tube (ได้มีการดำเนินการแล้วบางส่วน) ให้มีการเชื่อมโยงเพื่อขยายการเผยแพร่

๔) สื่อทางตรง โดยจัดส่งเอกสาร E-mail ไปยังหน่วยงาน กลุ่ม เป้าหมาย เพื่อเผยแพร่และสื่อสัมพันธ์ให้เกิดการบอกต่อและกลับมาเยือน

๙.๔.๓.๕ การดำเนินงานทางการตลาดที่สำคัญ

๑) ควรประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพัฒนาชุมชนฯ เพื่อช่วยเผยแพร่ทั้งในและต่างประเทศ

๒) ควรขยายเครือข่ายการตลาดเพิ่มขึ้น ทั้งกลุ่มศึกษาดูงาน และบริษัทนำเที่ยว โดยพิจารณากลุ่มเป้าหมายที่พร้อมในการพัฒนาร่วมกัน และจำนวนที่เหมาะสม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Pigram (๑๙๙๓ : ๑๓) ได้กล่าวว่า สิ่งดึงดูดและจูงใจนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ การมีความรู้ ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในคุณค่าของวัฒนธรรม ความแตกต่างของวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชนในท้องถิ่น การได้แลกเปลี่ยนความรู้และความคิดซึ่งกันและกัน และทำกิจกรรมร่วมกัน ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศโดยส่วนใหญ่ จะอาศัยลักษณะเฉพาะ หรือเอกลักษณ์ด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนชาติเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยจะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการนำเสนอวัฒนธรรมของตนเองให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้รับความรู้และประสบการณ์ ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ คุณค่าของความรุ่งเรืองแห่งอารยธรรมในอดีตที่ผ่านมาทั้งที่เป็นโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนต่างๆ เช่น พิธีการ ศิลปะ ดนตรี เพลงพื้นบ้าน และหัตถกรรมพื้นบ้าน จึงเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจได้อีกทั้งยังเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

อัศวิน แสงพิบูล (๒๕๕๗ : ๒๑) ทำการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประชาชน กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี พบว่าในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ประชาชนส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในผลประโยชน์มากที่สุด รองลงมาด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติมีส่วนร่วม ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลมีส่วนร่วม ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีส่วนร่วม ตามลำดับ

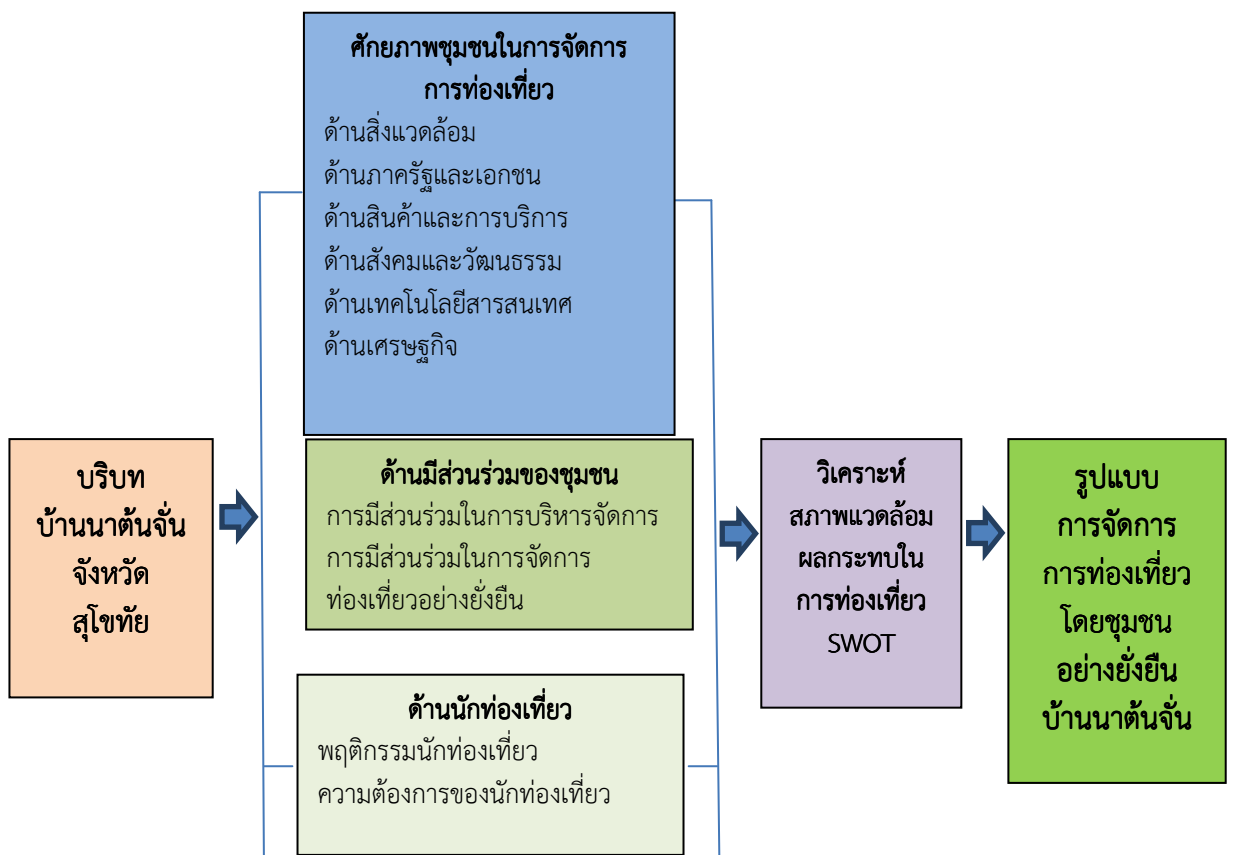
ณรงค์ ชูรัฐรักษ์ และคณะ (๒๕๕๓ : ๔๕) ทำการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวอุทยานไดโนเสาร์ของประชาชนในตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ ในการจัดการท่องเที่ยวอุทยานไดโนเสาร์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย แบ่งรายได้พบว่า การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ อยู่ในระดับปานกลาง และอยู่ในระดับน้อย จำนวน ๓ ด้าน คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการประเมินผลและการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (๒๕๕๗ : ๔๐) ได้ทำการวิจัยเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษา บ้านโคกไคร จังหวัดพังงา พบว่ากลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไคร ดำเนินงานในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนที่ให้บริษัทรักษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ สปาโคลนร้อนและทรายร้อน การชมปุมดแดง การเก็บหอยตลับ การพายเรือคายัค ทั้งนี้ กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชน บ้านโคกไครได้เข้าร่วมเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดพังงา มุ่งเน้นการส่งเสริมและขับเคลื่อนการเติบโต อย่างยั่งยืนของชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไครมีศักยภาพทางการจัดการใน ๔ ด้าน ได้แก่ ศักยภาพทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ศักยภาพทางการบริการและการให้บริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยว ศักยภาพทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและศักยภาพ ทางด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนของกลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนบ้านโคกไคร คือ ศักยภาพทางการท่องเที่ยว กระบวนการคิดแบบยั่งยืนในด้านการมีจิตสำนึกที่ดีในการให้ความสำคัญกับการ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและความยั่งยืนของ

ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมากกว่าการมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ ด้านรายได้ มุ่งที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจน การรักษาทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน รวมทั้งตัวผู้นำชุมชนที่มีการเปิดโอกาสให้สมาชิกในชุมชนได้มีโอกาสมีส่วนร่วมกับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้กลุ่มการท่องเที่ยวชุมชนได้รับการสนับสนุนจากสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่

กรอบแนวคิดของการวิจัย

แผนภาพที่ ๒-๑ กรอบแนวคิดของการวิจัย



บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ดำเนินการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่เน้นรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากชุมชน (Participatory Action Research: PAR) โดยมีกระบวนการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย แบ่งออกเป็น ๓ ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ เพื่อศึกษาศักยภาพทางการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ด้านศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชน และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านนาต้นจั่น ภาคที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการนำเที่ยว หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่พัก และผู้เกี่ยวข้องกับการคมนาคม ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชน และภาคที่เกี่ยวข้องที่มีต่อลักษณะทางกายภาพและทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัยต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ขั้นตอนที่ ๒ เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาต้นจั่นจำนวน ๔๐๐ คน ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

ขั้นตอนที่ ๓ เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย โดยประชาชนชุมชนบ้านนาต้นจั่นมีส่วนร่วม ในขั้นตอนนี้ ผู้วิจัยได้ทำการจัด Focus group และการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กับประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านนาต้นจั่น ผู้นำชุมชน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวชุมชนบ้านนาต้นจั่น และภาคที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการนำเที่ยว หน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่พักและผู้เกี่ยวข้องกับการคมนาคม จำนวน ๒๐ คน ดำเนินการโดยการนำข้อมูลจากวัตถุประสงค์ข้อที่ ๑ และ ๒ ประกอบกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของชุมชนในการให้บริการด้าน การท่องเที่ยว มาพิจารณาร่วมกันเพื่อหาข้อสรุปรูปแบบการจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

๑. ประชากร (Population)

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยว ที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัย

๒. การสุ่มกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยจะได้ทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนในการให้ข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) ซึ่งวิธีการนี้จะคำนึงถึงความสะดวก ความง่าย เพื่อความสะดวกของผู้วิจัย โดยจะเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความร่วมมือและเต็มใจตอบแบบสอบถามในแต่ละพื้นที่ ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ และดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) เพื่อให้ข้อมูลมีการกระจายในทุกพื้นที่และเป็นตัวแทนประชากรอย่างแท้จริง การวิจัยครั้งนี้จะเก็บข้อมูลโดยต้องมีลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากร และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสม โดยขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างเท่ากับ ๒๐๕ ดังนั้นจึงจะเก็บตัวอย่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยวิธีการดังกล่าว โดยจะถือว่าเป็นตัวแทนนักท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

๑. การสร้างเครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาบ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัย

๑.๑ ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าตำราทางวิชาการ เอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวกับการศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาบ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัย เพื่อเป็นแนวทางกำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม

๑.๒ สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบโดยผ่านผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ๓ ท่าน หลังจากได้แบบสอบถามแล้ว

๑.๓ จะนำมาทดสอบแบบสอบถาม (pre-test) โดยจะใช้จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน ๓๐ คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น ความเที่ยง ความตรง (Content Validity) ของแบบสอบถาม จากนั้นจะปรับแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมเพื่อนำมาปรับปรุงสำหรับการเก็บข้อมูลจริง โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของ แบบสอบถามทั้งชุดตามวิธีของ Cronbach's Alpha ต้องไม่ต่ำกว่า ๐.๗๐ ค่าความเชื่อมั่น ๙๕% และพบว่าแบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ ๐.๕๐

๑.๔ การสร้างมาตรวัดและคานิยามปฏิบัติการ: ตัวแปรด้าน มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยใช้แบบวัด Likert scale ๕ ระดับ

๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามการศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาบ้านนาต้นจัน จังหวัดสุโขทัย มีโครงสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็นแบบสอบถามใช้แบบตรวจรายการ (Check - list) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ๕ ระดับและแบบปลายเปิด (The Open form) แบ่งแบบสอบถามออกเป็น ๓ ตอน คือ

๒.๑ ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

๒.๒ ตอนที่ ๒ ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านภาครัฐและเอกชน ด้านสินค้าและบริการ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านเศรษฐกิจ

๒.๓ ตอนที่ ๓ ข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะของเครื่องมือเป็น Check list การแปลผลคะแนน ผู้ศึกษาได้กำหนดการแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดสุโขทัย โดยการนำคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละคนรวมกันแล้วหาค่าเฉลี่ย ใช้หลักการแปลผลค่าเฉลี่ยในการให้ความหมายคะแนนเฉลี่ยของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

๒.๔ ตอนที่ ๔ ข้อเสนอแนะ (ท่านคิดว่าบริการทางการท่องเที่ยวของสุโขทัยควรปรับปรุงอะไรบ้าง และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยควรเป็นอย่างไร)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน (Documentary Data) โดยค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเอกสารหลักฐานชั้นต้น (Primary Source) ทั้งจากสื่อเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) งานวิจัย วิทยานิพนธ์ ยุทธศาสตร์ในทุกกระดับ บทความ วารสาร หนังสือและสิ่งพิมพ์อื่นๆ เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ

สัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) หน่วยงาน ภาครัฐ ภาค เอกชน และภาคประชาชน ในพื้นที่ที่ศึกษา เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แสดงทัศนะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และด้านการมีส่วนร่วม ในพื้นที่จังหวัดสุโขทัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นแนวทางที่ใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขหรือข้อมูลที่สามารถวัดค่าได้โดยทุกตัวแปรสามารถแปรออกมาเป็นตัวเลขได้ เพื่อเป็นการยืนยันข้อค้นพบต่างๆ โดยการวิจัยเชิงปริมาณจะมีการดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอนและมีวิธีการเลือกใช้วิธีการวิจัยที่เหมาะสม จะทำให้ผลที่ได้สามารถใช้เป็นตัวแทนกับทุกกลุ่มประชากร และเหมาะสมสำหรับกลุ่มประชากรที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเก็บข้อมูลสูง ดังนั้นการวิจัยเชิงปริมาณจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ทำให้เลือกสุ่มตัวอย่างจากประชากรเพื่อให้เป็นตัวแทน และอนุมานผลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างได้ว่าเป็นประชากรได้

๑. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ แบบสอบถามที่ได้รับคืนมาต้องนำมาตรวจสอบและคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถาม ที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ตอบข้อความคำถามทุกรายการ สามารถนำมาวิเคราะห์ทางสถิติได้ทุกฉบับ คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามทั้งหมดไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยบันทึกข้อมูลและ ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อประมวลผลข้อมูลทางสถิติสำหรับงานวิจัย สถิติที่ใช้ใน การวิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วน จากนั้นแปลความหมายในลักษณะบรรยาย ดังต่อไปนี้

๑.๑ ตอนที่ ๑ ข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ สถานะ ระดับการศึกษา อาชีพและ รายได้ การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percent)

๑.๒ ตอนที่ ๒ ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว วิเคราะห์รายข้อและรายด้าน โดยหาจำนวนร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation)

๑.๓ ตอนที่ ๓ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว วิเคราะห์รายข้อและรายด้าน โดยหาจำนวน ร้อยละ (Percent)

๑.๔ ตอนที่ ๔ ข้อเสนอแนะ ใช้การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบความเรียง

๒. กลุ่มเป้าหมาย ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) คือ กลุ่มที่ ๑ นักท่องเที่ยว กลุ่มที่ ๒ นักวิชาการ บุคลากรภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว กลุ่มที่ ๓ ผู้ประกอบการธุรกิจ ท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว สมาพันธ์การท่องเที่ยว สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มที่ ๔ ผู้นำ ชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ปราชญ์ชาวบ้าน หัวหน้าชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สัมภาษณ์บุคลากรทั้ง ๒ กลุ่มละ ๑๐ คน รวม ๒๐ คน

๓. เครื่องมือในการวิจัย การสัมภาษณ์ จะมีคำถามปลายเปิดโดยเน้นถามเกี่ยวกับความ คิดเห็นเกี่ยวกับด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และด้านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวที่มา ท่องเที่ยวใน จังหวัดสุโขทัย ซึ่งนักวิจัยบันทึกข้อมูลจากการเล่าเรื่องและทำการบันทึกเทป พร้อมๆ กัน

๔. การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การ วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยอาศัยหลัก/ทฤษฎี การนำเสนอจะใช้วิธีการนำเสนอโดย การเขียนบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Approach) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก

๕. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ใช้การตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ การตรวจสอบแหล่งของข้อมูล แหล่งที่จะพิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูล ต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะ เหมือนเดิมหรือไม่ เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้จากบุคคลที่แตกต่างกันในเวลาและสถานที่ที่ต่างกัน ในเรื่องเดียวกันได้คำตอบที่เหมือนกัน

การนำเสนอข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ได้ข้อมูลจากการวิเคราะห์ ๒ ส่วนคือข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิง คุณภาพ โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นดังนี้

๑. ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นความคิดเห็น ด้านศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดสุโขทัย จะนำ เสนอในรูปแบบของตารางโดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับอธิบายตัวแปรต่างๆ ได้แก่ ค่าความถี่ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ตามลักษณะตัวแปร พร้อมกับการเขียน บรรยายเชิงพรรณนา

๒. ข้อมูลเชิงคุณภาพ การนำเสนอจะใช้วิธีการนำเสนอโดยการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Approach) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม (Questionnaire)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น ๔ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน โดยการวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละ (percentage)

ตอนที่ ๒ การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้านความคิดเห็นด้านศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวทั้ง ๖ ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านภาครัฐและเอกชน ด้านสินค้าและบริการด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านเศรษฐกิจ โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean)

ตอนที่ ๓ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตอนที่ ๔ การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ (ท่านคิดว่าการบริการทางการท่องเที่ยวของสุโขทัยควรปรับปรุงอะไรบ้าง และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยควรเป็นอย่างไร) รูปแบบพรรณนาความเรียง

ตอนที่ ๑ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด ๒๐๕ คน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการศึกษา อาชีพและรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง ๔๐ - ๔๙ ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน ๒๐,๐๐๐ - ๒๙,๙๙๙ บาท และมีสถานภาพโสด ดังแสดงในตาราง ๔-๑

ตารางที่ ๔-๑ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
๑. เพศ		
ชาย	๖๗	๓๒.๖๘
หญิง	๑๓๘	๖๗.๓๒
๒. อายุ		
ต่ำกว่า ๒๐ ปี	๐	๐
๒๒-๒๙ ปี	๓๒	๑๕.๖๑
๓๐-๓๙ ปี	๖๐	๒๙.๒๗
๔๐-๔๙ ปี	๘๘	๔๒.๙๒
๕๐-๕๙ ปี	๑๙	๙.๒๗
๖๐ ปีขึ้นไป	๖	๒.๙๓
๓. สถานภาพ		
โสด	๑๒๐	๕๘.๕๔
สมรส	๘๕	๔๑.๔๖
๔. การศึกษา		
ประถมศึกษา	๐	๐
มัธยมศึกษาตอนต้น	๗	๓.๔๒
มัธยมศึกษาตอนปลาย	๒๕	๑๒.๑๙
อนุปริญญา/เทียบเท่า	๔๐	๑๙.๕๒
ปริญญาตรี	๑๒๑	๕๙.๐๒
สูงกว่าปริญญาตรี	๑๒	๕.๘๕
๕. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	๒๐	๙.๗๖
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	๔๒	๒๐.๔๙
พนักงานบริษัท	๕๕	๒๖.๘๓
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	๒๓	๑๑.๒๒
รับจ้างทั่วไป	๑๘	๘.๗๘
เกษตรกร/ประมง	๒๐	๙.๗๕

ตารางที่ ๔-๑ การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ลูกจ้างส่วนราชการ	๑๐	๔.๘๙
พ่อบ้าน/แม่บ้าน	๑๗	๘.๒๘

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
๖. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท	๑๔	๖.๘๓
๑๐,๐๐๐ – ๑๙,๙๙๙ บาท	๑๐	๔.๘๗
๒๐,๐๐๐ – ๒๙,๙๙๙ บาท	๙๒	๔๔.๘๘
๓๐,๐๐๐ – ๓๙,๙๙๙ บาท	๗๖	๓๗.๐๘
๔๐,๐๐๐ – ๔๙,๙๙๙ บาท	๘	๓.๙๑
๕๐,๐๐๐ บาทขึ้นไป	๕	๒.๔๓
รวม	๒๐๕	๑๐๐.๐๐

ตอนที่ ๒ การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นด้านศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของความคิดเห็นด้านความคิดเห็นด้านศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวทั้ง ๖ ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านภาครัฐและเอกชน ด้านสินค้าและการบริการ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านเศรษฐกิจ พบว่า โดยภาพรวมศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย ๔.๑๕, S.D. ๐.๗๖) เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านสินค้าและการบริการ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย ๔.๒๕, S.D. ๐.๗๔) รองลงมาคือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม (ค่าเฉลี่ย ๔.๑๙, S.D. ๐.๖๙) อยู่ในระดับมาก ด้านภาครัฐและเอกชน (ค่าเฉลี่ย ๔.๑๖, S.D. ๐.๗๔) อยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย ๔.๑๕, S.D. ๐.๗๖) อยู่ในระดับมาก ด้านเศรษฐกิจ (ค่าเฉลี่ย ๔.๑๐, S.D. ๐.๘๑) อยู่ในระดับมาก และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย ๔.๐๒, S.D. ๐.๘๐) อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง ๔-๒

ตารางที่ ๔-๒ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นด้านศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

ศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
๑. ด้านสิ่งแวดล้อม	๔.๑๕	๐.๗๖	มาก
๒. ด้านภาครัฐและเอกชน	๔.๑๖	๐.๗๔	มาก
๓. ด้านสินค้าและการบริการ	๔.๒๕	๐.๗๔	มาก
๔. ด้านสังคมและวัฒนธรรม	๔.๑๙	๐.๖๙	มาก
๕. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	๔.๐๒	๐.๘๐	มาก
๖. ด้านเศรษฐกิจ	๔.๑๐	๐.๘๑	มาก
รวม	๔.๑๕	๐.๗๕	มาก

ตอนที่ ๓ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย

ระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย

ผลการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย พบว่า โดยภาพรวม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการท่องเที่ยวแบบส่วนตัว วางแผนการเดินทางมาด้วยตนเอง ใช้รถส่วนตัวในการเดินทางมา เดินทางมาช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ เดินทางมาท่องเที่ยว ๒ วันและมาเป็นครั้งแรก โดยเลือกพักที่โรงแรม ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวผ่าน website วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยว สถานที่ที่เลือกท่องเที่ยว คือ การเยี่ยมชมวัดวาอารามหรือศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจไปเยี่ยมชม ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย วัดชนะสงครามสุโขทัย วัดโสมนัสสุโขทัยค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาครั้งนี้น้อยกว่า ๕,๐๐๐ บาท ตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยอีกครั้งและเดินทางไป จังหวัดกำแพงเพชรต่อ ดังแสดงในตาราง ๔-๓

ตารางที่ ๔-๓ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
๑. รูปแบบการท่องเที่ยว		
การท่องเที่ยวแบบส่วนตัว	๑๐๒	
การท่องเที่ยวร่วมกับการศึกษาดูงานและทัศนศึกษา	๕๐	
การท่องเที่ยวร่วมกับงานประชุมสัมมนา หรือกิจกรรมอื่นๆ	๓๗	
การท่องเที่ยวร่วมกับการเข้ามาปฏิบัติงานในพื้นที่นั้นๆ	๑๖	
๒. เลือกสถานที่พัก		
บ้านพักส่วนตัว	๖	
โรงแรม	๑๓๕	
รีสอร์ท	๔๐	
บ้านญาติ / บ้านเพื่อน	๑๕	
เกสต์เฮ้าส์	๙	
๓. เดินทางท่องเที่ยวในช่วงเวลา		
วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	๓๒	
วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	๘๔	
วันหยุดนักขัตฤกษ์	๓๖	
มิงานเทศกาลท่องเที่ยว	๕๓	
๔. รับทราบข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัย		
การแนะนำของบุคคล เช่น ญาติ เพื่อนหรือ คนรู้จัก	๒๙	
เอกสารการท่องเที่ยว สื่อสิ่งพิมพ์ โบรชัวร์	๒๐	

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อวิทยุ	๑๕	
โฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อโทรทัศน์	๔๕	
ข้อมูลทาง website ท่องเที่ยว	๕๖	
ประสบการณ์ตรง	๑๕	
หนังสือหรือวารสารแนะนำการท่องเที่ยว	๘	
ป้ายโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ	๑๒	
บริษัทจัดนำเที่ยว	๕	

ตารางที่ ๔-๓ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย (ต่อ)

๕.วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสุโขทัย		
ท่องเที่ยวโดยเฉพาะ	๗๔	
ร่วมงานเทศกาลท่องเที่ยว	๔๘	
ศึกษาดูงานและทัศนศึกษา	๓๓	
ประชุมสัมมนา หรือกิจกรรมอื่นๆ	๒๐	
มาปฏิบัติงานในพื้นที่	๕	
ติดต่อธุรกิจ / ราชการ	๘	
เยี่ยมครอบครัว / ญาติ / เพื่อน	๑๐	
เป็นทางผ่านไปจังหวัดอื่น	๗	
๖.วางแผนเดินทางท่องเที่ยวมาจังหวัดสุโขทัย ครั้งนี้		
โดยวิธีกำหนดแผนการเดินทางด้วยตนเอง	๑๖๐	
ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว หน่วยงาน หรือผู้จัดกิจกรรม รวมอื่นๆ	๒๐	
เป็นผู้ดำเนินการ	๒๕	
๗.ประเภทที่ท่านเลือกใช้บริการการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวมาจังหวัด สุโขทัย		
รถโดยสาร (รถทัวร์ปรับอากาศ)	๒๗	
เครื่องบิน	๗๒	
รถไฟ	๕	
รถยนต์ส่วนตัว	๙๐	
รถเช่า	๑๑	
๘.ประเภทของสถานที่ที่ท่านต้องการเที่ยวหรือเยี่ยมชมใน จ.สุโขทัย		
วัดวาอารามหรือศาสนสถาน	๘๖	
พิพิธภัณฑ์ หรือสถานที่ให้ความรู้	๕๑	

โชว์รูมแสดงสินค้า ของฝากของที่ระลึก หรือโอท็อป	๓๖	
สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	๓๒	

ตารางที่ ๔-๓ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
๙.แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านเที่ยวหรือเยี่ยมชมใน จังหวัดสุโขทัย		
อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย	๘๖	
วัดชนะสงคราม สุโขทัย	๗๕	
วัดโสมภราม สุโขทัย	๔๔	
๑๐.ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย		
๑ วัน	๔๕	
๒ วัน	๗๒	
๓ วัน	๖๒	
๔ วัน	๑๔	
มากกว่า ๔ วัน	๑๒	
๑๑.จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดสุโขทัย		
ครั้งแรก	๑๓๒	
๒ ครั้ง	๕๑	
มากกว่า ๒ ครั้ง	๒๒	
๑๒.ค่าใช้จ่ายโดยประมาณในการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยในครั้งนี้		
น้อยกว่า ๕,๐๐๐ บาท	๑๐๒	
๕,๐๐๑ บาท - ๗,๕๐๐ บาท	๓๐	
๗,๕๐๑ บาท - ๑๐,๐๐๐ บาท	๔๕	
มากกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท	๒๘	
๑๓.ท่านจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยว ณ จังหวัดสุโขทัยอีกหรือไม่		
กลับมา	๑๒๔	
ไม่กลับมา	๓๗	
ไม่แน่ใจ	๔๔	

ตารางที่ ๔-๓ การวิเคราะห์ข้อมูลระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
๑๔.ในการเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดสุโขทัย ครั้งนี้ ท่านมีแผนเดินทางท่องเที่ยวต่อไปยังจังหวัดอื่นได้อีกบ้างหรือไม่		
กำแพงเพชร	๘๕	
เชียงใหม่	๓๕	
พิษณุโลก	๑๐	
เดินทางกลับ	๗๕	

ตอนที่ ๔ ข้อเสนอแนะ (ท่านคิดว่าการบริการทางการท่องเที่ยวของสุโขทัยควรปรับปรุงอะไรบ้าง และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัยควรเป็นอย่างไร)

ควรปรับปรุงด้านการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด พัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ โปรแกรมเส้นทางการท่องเที่ยว ที่มีความชัดเจนและหลากหลายเพื่อช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นและสร้างแรงดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม พัฒนาสินค้าและบริการ ให้มีความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์สุโขทัย และคุณภาพดี และพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องเล่า (Story) กับสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนให้มีความชัดเจน เชื่อถือได้

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์ในครั้งนี้จะสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ๒๐ คน จากกลุ่มสมาชิกชุมชนบ้านนาต้นจั่น ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานกลุ่มบ้านนาต้นจั่น ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายการตลาด ผู้ช่วยฝ่ายการตลาด เहरुญิก หัวหน้าฝ่ายตัดเย็บ ฝ่ายรีดผ้า สมาชิก Home Stay และนักท่องเที่ยว

๑. ส่วนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้สัมภาษณ์

๑.๑ คุณเสงี่ยม	แสวงลาภ	ประธานกลุ่ม
๑.๒ คุณสาวิณี	ศรีวิสัย	ฝ่ายประชาสัมพันธ์
๑.๓ คุณเกษทิพย์	วุฒิสาร	ฝ่ายการตลาด
๑.๔ คุณชุกรีกร	พองพันธ์	ผู้ช่วยฝ่ายการตลาด
๑.๕ คุณจอม	แก้วศต	เहरुญิก
๑.๖ คุณเฉลียว	พองพันธ์	หัวหน้าฝ่ายตัดเย็บ
๑.๘ คุณประสงค์	ชม้าย	ฝ่ายรีดผ้า

๑.๙ คุณสร	นครา	ฝ้ายรีดผ้า
๑.๑๐ คุณลำพร	แสวงราช	สมาชิก Home Stay
๑.๑๑ คุณสุวิน	คำจ้อน	สมาชิก Home Stay
๑.๑๒ คุณอรทัย	สมมุติ	สมาชิก Home Stay

๒. ส่วนที่ ๒ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT)

๒.๑ คำถามที่ ๑ ท่านคิดว่าชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีจุดเด่น ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างไร

๒.๑.๑ มีการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างมีระบบ มีการแบ่งหน้าที่การทำงานชัดเจน มีศูนย์กลางในการประสานงานสำหรับนักท่องเที่ยว

๒.๑.๒ มีสินค้าการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมาก เช่น ผ้าหมักโคลนแปรรูปไปตัดเสื้อผ้า อาหารปลอดภัย มีอาหารท้องถิ่น ข้าวเป็ญ มีผลไม้ตามฤดูกาล(กลางสาด ลองกองทุเรียน

๒.๑.๓ คนในชุมชน มีเสน่ห์ มีภาษาท้องถิ่น ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจงาม

๒.๑.๔ คนในชุมชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน และได้หวังผลกำไรจากการท่องเที่ยว

๒.๑.๕ คนในชุมชนมีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย มีการแบ่งปันอาหารการกินกัน รวมถึงนักท่องเที่ยวสามารถเดินไปทานได้ทุกบ้าน

๒.๑.๖ มีการถ่ายทอด การทอผ้าให้แก่เยาวชนรุ่นใหม่ภายในชุมชน เพื่อสืบทอดวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไม่ให้เลือนหาย

๒.๒ คำถามที่ ๒ ท่านคิดว่าชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีจุดอ่อนด้านการจัดการโดยชุมชน ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อย่างไรบ้าง

๒.๒.๑ มีจุดอ่อนด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ที่ใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

๒.๒.๒ สมาชิกในชุมชนมีความขัดแย้ง และไม่เข้าใจกันบ้างในการดำเนินงาน แต่สามารถแก้ไขปัญหาได้

๒.๒.๓ วัสดุที่นำมาใช้ทำ Furniture สำหรับขายให้กับนักท่องเที่ยว มีจำนวนลดลง ต้องมีการวางแผนในการใช้เป็นอย่างดี

๒.๓ คำถามที่ ๓ ท่านคิดว่าชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีโอกาส ด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อย่างไรบ้าง

๒.๓.๑ มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุน ให้ความรู้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน

๒.๓.๒ มีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในชุมชนมากยิ่งขึ้น เช่นการไปออกงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

๒.๓.๓ มีหน่วยงานต่างๆรับรอง รางวัลการท่องเที่ยว เช่น รางวัลชนะเลิศ PATA GOLD AWARDS ๒๐๑๒ ประเภท HERITAGE and Culture จากประเทศมาเลเซีย โดย

สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และรางวัลยอดเยี่ยม ประเภทองค์กรสนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี ๒๕๕๖ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๒.๔ คำถามที่ ๔ ท่านคิดว่าชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีอุปสรรคด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อย่างไรบ้าง

- ๒.๔.๑ มีอุปสรรคในการเดินทาง เช่น ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน
- ๒.๔.๒ ไฟฟ้าเกิดความขัดข้องบ่อย ทำให้มีอุปสรรคในการท่องเที่ยว
- ๒.๔.๓ คลื่นการสื่อสารในระบบไร้สาย หรือการปิดกั้น GPS ไม่สามารถนำทางเข้ามาในชุมชนได้
- ๒.๔.๔ ระยะทางของหมู่บ้านไกลจากถนนใหญ่ บางครั้งทำให้นักท่องเที่ยวหลงทางได้

๒.๕ คำถามที่ ๕ ท่านคิดว่าแนวทางในการพัฒนาควรมีแนวทางอย่างไรบ้าง

- ๒.๕.๑ การปรับภูมิทัศน์ ของหมู่บ้านให้น่าอยู่
- ๒.๕.๒ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวเช่น ผ้าหมักโคลนมีการออกแบบให้มีที่ทันสมัยมากขึ้น
- ๒.๕.๓ การนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยว ผ่านระบบการสื่อสารไร้สารมากยิ่งขึ้น
- ๒.๕.๔ อยากพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวที่สามารถนำไปใช้ได้จริง
- ๒.๕.๕ พัฒนาที่พัก homestay เช่นห้องพักให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า
- ๒.๕.๖ อยากมีกฎระเบียบเฉพาะของหมู่บ้านในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน
- ๒.๕.๗ เน้นให้สมาชิกทุกบ้านการปลูกพืชผักกินเอง ลกภาวะโลกร้อน

๓. ส่วนที่ ๓ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ ด้านการมีส่วนร่วม

๓.๑ คำถามที่ ๑ ท่านคิดว่า ชุมชนมีการร่วมกันวางแผนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

- ๓.๑.๑ จัดตั้งสหกรณ์ในชุมชน โดยให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสหกรณ์ในชุมชน
- ๓.๑.๒ การจัดการหุ้นในสหกรณ์ หุ้นละ ๑๐๐ บาท แต่ละคนซื้อได้ไม่เกิน ๑๐ หุ้น จะไม่ให้ซื้อมากไปกว่านั้น ถ้าไม่มีซื้อในทะเบียนบ้านของหมู่บ้านก็ไม่สามารถซื้อหุ้นได้ (สงวนสิทธิให้กับคนในหมู่บ้าน)ป้องกันคนนอกพื้นที่หรือนายทุนมาทำธุรกิจหมู่บ้าน
- ๓.๑.๓ จัดประชุมสมาชิกสหกรณ์ทุกเดือน เพื่อรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มและที่สำคัญคือรับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวว่าต้องการให้มีการปรับปรุงการบริการหรือสินค้าการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง เพื่อนำไปพัฒนาสินค้าและการบริการต่อไป
- ๓.๑.๔ ส่วนแบ่งของสหกรณ์บางส่วน จัดสรรให้กับชุมชนในหมู่บ้านเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อื่นๆ เช่น ชื้อน้ำมันไปตัดหญ้า ทำการจัดการขยะในชุมชน ทำให้ชุมชนสะอาดน่าอยู่มากยิ่งขึ้น

๓.๒ คำถามที่ ๒ ท่านคิดว่า ชุมชนมีการร่วมกันปฏิบัติตามแผนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

๓.๒.๑ สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชนร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

๓.๒.๒ ทุกคนในสมาชิกต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ตกลงกันได้ ถ้าสมาชิกคนไหนที่ต่อต้านหรือไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบก็พิจารณาให้ออกจากสมาชิก

๓.๒.๓ สอนให้คนรุ่นใหม่มีการสืบสาน วิถีชีวิตชุมชนของบ้านนาต้นจั่น เช่น ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ที่เป็นมรดกอันล้ำค่า ให้มีการสืบต่อไป

๓.๓ คำถามที่ ๓ ท่านคิดว่า ชุมชนมีการร่วมกันใช้ประโยชน์ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

๓.๓.๑ จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ฯลฯ

๓.๓.๒ กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบครึ่งวัน ๓ วัน ๒ คืน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการพาชมวิถีชีวิตของคนในชุมชน ทานอาหารพื้นเมือง เช่น ข้าวเป็็บ น้ำพริกช่องไข่

๓.๓.๓ สมาชิกทุกคนในหมู่บ้านยังคงวิถีชีวิตในชุมชน ทุกบ้านไม่มีรั้วบ้านสามารถเดินไปมาหาสู่กันได้สามารถเดินไปเก็บผักสวนครัวของเพื่อบ้านได้

๓.๓.๔ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวโดนชุมชนร่วมกัน และช่วยกันพัฒนาระบบสาธารณูปโภคในหมู่บ้านร่วมกัน

๓.๓.๕ รายได้เฉลี่ยสมาชิกในสหกรณ์ มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ ๗-๘ พันบาทต่อเดือน

๓.๔ คำถามที่ ๔ ท่านคิดว่า ชุมชนมีการร่วมติดตามและประเมินผลในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

๓.๔.๑ สมาชิกของสหกรณ์มีสมุดรายรับ-รายจ่ายของแต่ละบ้าน เพื่อให้ทราบถึงรายได้แต่ละเดือนของสมาชิก

๓.๔.๒ นำผลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว มาติดตามและประเมินผลการบริการของสมาชิกแต่ละบ้าน เพื่อนำมาปรับปรุงในงานบริการครั้งต่อไป

๓.๔.๓ จัดทำมาตรฐานการบริการ จากการประเมินของลูกค้า

๓.๔.๔ มีคู่มือของสมาชิกสหกรณ์และบัญชีใหญ่ของแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มทอผ้า กลุ่มบ้านพัก

๓.๕ คำถามที่ ๕ ท่านคิดว่าชุมชนมีส่วนร่วมทำนุรักษาในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง

๓.๕.๑ ทุกคนในชุมชนร่วมกันทำความสะอาดภายในชุมชน เช่น เก็บขยะ ตัดหญ้า ในแต่ละคุ้มบ้าน

๓.๕.๒ สอนให้นักเรียนเรียนรู้การทอผ้าแบบโบราณให้กับเยาวชนในโรงเรียนอาทิทยัลละ ๑ ครั้ง

๓.๕.๓ มีการจัดการป่าชุมชนของบ้านนาต้นจั่น ชื่อ จุดชมวิวิวห้วยต้นไฮ
อนุมัติโดยกรมป่าไม้ จำนวน ๑,๕๐๐ ไร่ โดยใช้หลักการ คนรักษาป่า ป่ารักษาคน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุป

งานวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนบ้านนาต้นจั่นในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บ้านนาต้นจั่น ศักยภาพแวดล้อมผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาต้นจั่น และศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในชุมชนบ้านนาต้นจั่น งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์กับชุมชน หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงองค์กรต่างๆ

กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดสุโขทัย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 205 คน ตลอดจนสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) กับนักท่องเที่ยว นักวิชาการ บุคลากรภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน ประชาชนชาวบ้าน หัวหน้าชุมชน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 20 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้กำหนดนโยบาย วางแผน ให้มีความสอดคล้องกับการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาให้เกิดความร่วมมือกันของทุกภาคส่วน ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัยให้มีความยั่งยืน ผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นประเด็นตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสำรวจ

ผู้ตอบแบบสำรวจทั้งหมด 205 คน จำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 40 – 49 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน 20,000 – 29,999 บาท และมีสถานภาพโสด

2. ศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นด้านศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านภาครัฐและเอกชน ด้านสินค้าและการบริการ ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านเศรษฐกิจ พบว่า โดยภาพรวมศักยภาพชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านภาครัฐและเอกชน ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านเศรษฐกิจ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ

3. ระดับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย

ผลการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย พบว่า โดยภาพรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเดินทางท่องเที่ยวแบบส่วนตัว วางแผนการเดินทางมาด้วยตนเอง ใช้รถส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยเป็นครั้งแรกและวางแผนการเดินทางใช้เวลา 2 วัน โดยจะเลือกพักที่โรงแรม ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวผ่าน website วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยว สถานที่ที่เลือกท่องเที่ยว คือ การเยี่ยมชมวัดวาอารามหรือศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจไปเยี่ยมชม ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย วัดชนะสงคราม วัดโสภาราม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาครั้งนี้ น้อยกว่า 5,000 บาท ตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยอีกครั้งและเดินทางไป จังหวัดกำแพงเพชรต่อ

4. แนวทางการปรับปรุงและแนวทางการพัฒนาการบริการทางการท่องเที่ยวของสุโขทัย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นด้านการปรับปรุงและพัฒนา ในด้านการบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด พัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ โปรแกรมเส้นทางการท่องเที่ยว ที่มีความชัดเจนและหลากหลาย เพื่อช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นและสร้างแรงดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม พัฒนาสินค้าและบริการ ให้มีความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์สุโขทัย และคุณภาพดี และพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องเล่า (Story) กับสถานที่ท่องเที่ยวและชุมชนให้มีความชัดเจน เชื่อถือได้

5. ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) ของชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

ผลการสำรวจด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) ของชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย พบว่าจังหวัดสุโขทัย มี จุดเด่น จุดด้วย โอกาส และอุปสรรค ดังนี้

5.1 จุดเด่น ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ มีการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน

อย่างเป็นระบบชัดเจนมีการแบ่งหน้าที่การทำงาน มีศูนย์กลางในการประสานงานสำหรับนักท่องเที่ยว มีสินค้าการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมาก เช่น ผ้าหมักโคลนแปรรูป ไปตัดเสื้อผ้า อาหารปลอดภัย มีอาหารท้องถิ่น ข้าวเป็็บ มีผลไม้ตามฤดูกาล (กลางสาด ลองกอง ทุเรียน) คนในชุมชน มีเสน่ห์ มีภาษาท้องถิ่น ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจงาม คนในชุมชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน และไม่ได้หวังผลกำไรจากการท่องเที่ยว คนในชุมชนมีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย มีการแบ่งปันอาหารการกินกัน

รวมถึงนักท่องเที่ยวสามารถเดินไปทานได้ทุกบ้าน มีการถ่ายทอด การทอผ้าให้แก่เยาวชนรุ่นใหม่ ภายในชุมชน เพื่อสืบทอดวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมไม่ให้เลือนหาย

5.2 จุดด้อย ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ที่ใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สมาชิกในชุมชนมีความขัดแย้ง และไม่เข้าใจกันบ้างในการดำเนินงาน แต่สามารถแก้ไขปัญหาได้ วัสดุที่นำมาใช้ทำ Furniture สำหรับขายให้กับนักท่องเที่ยว มีจำนวนลดลง ต้องมีการวางแผนในการใช้เป็นอย่างดี

5.3 โอกาส ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุน ให้ความรู้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน มีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในชุมชนมากยิ่งขึ้น เช่นการไปออกงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยว มีหน่วยงานต่างๆรับรอง รางวัลการท่องเที่ยว เช่น รางวัลชนะเลิศ PATA GOLD AWARDS 2012 ประเภท HERITAGE and Culture จากประเทศมาเลเซีย โดยสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และรางวัลยอดเยี่ยม ประเภทองค์กรสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี 2556 จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

5.4 อุปสรรค ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ มีอุปสรรคในการเดินทาง เช่น ป้ายบอกทางไม่ชัดเจนไฟฟ้าเกิดความขัดข้องบ่อย ทำให้มีอุปสรรคในการท่องเที่ยว คลื่นการสื่อสารในระบบไร้สาย หรือการปักหมุด GPS ไม่สามารถนำทางเข้ามาในชุมชนได้ และระยะทางของหมู่บ้านไกลจากถนนใหญ่ บางครั้งทำให้นักท่องเที่ยวหลงทางได้

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีผู้นำ มีสมาชิก มีการประชุม วางแผนและมีการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามชุมชนบ้านนาต้นจั่นยังคงต้องพัฒนาในด้านของภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัย อีกทั้งยังคงต้องพัฒนาด้านของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต ป้ายบอกทาง เป็นต้น เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและส่งผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

6. แนวทางในการพัฒนา ของชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การปรับภูมิทัศน์ ของหมู่บ้านให้น่าอยู่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยว เช่น ผ้าหมักโคลน มีการออกแบบให้มีที่ทันสมัยมากขึ้น การนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยว ผ่านระบบการสื่อสารไร้สายมากยิ่งขึ้น อยากพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยวที่สามารถนำไปใช้ได้จริง พัฒนาที่พัก Homestay เช่นห้องพักให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าอยากมีกฎระเบียบเฉพาะของหมู่บ้านในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เน้นให้สมาชิกทุกบ้านการปลูกพืชผักกินเอง ลกภาวะโลกร้อน

7. ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ในด้านการจัดการ ด้านการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 ประการ ดังนี้

7.1 การวางแผนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ได้มีการวางแผนโดยการจัดตั้งสหกรณ์ในชุมชน โดยให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสหกรณ์ในชุมชน การจัดการหุ้นในสหกรณ์ หุ้นละ หุ้น จะไม่ให้ซื้อมากเกินไปกว่านั้น ถ้าไม่มีซื้อใน 10 บาท แต่ละคนซื้อได้ไม่เกิน 100 (สงวนสิทธิให้กับคนในหมู่บ้าน) ทะเบียนบ้านของหมู่บ้านก็ไม่สามารถซื้อหุ้นได้ ป้องกันคนนอกพื้นที่ หรือนายทุนมาทำธุรกิจหมู่บ้าน จัดประชุมสมาชิกสหกรณ์ทุกเดือน เพื่อรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่มและที่สำคัญคือรับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้มีการปรับปรุงการบริการหรือสินค้าการท่องเที่ยวอย่างไรบ้าง เพื่อนำไปพัฒนาสินค้าและบริการต่อไป ส่วนแบ่งของสหกรณ์บางส่วน จัดสรรให้กับชุมชนในหมู่บ้านเพื่อนำไปใช้ประโยชน์อื่นๆ เช่น ชื้อน้ำมันไปตัดหญ้า ทำการจัดการขยะในชุมชน ทำให้ชุมชนสะอาด น่าอยู่มากยิ่งขึ้น

7.2 การร่วมกันปฏิบัติตามแผนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ได้ให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชนร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนทุกคน สมาชิกต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่ตกลงกันได้ ถ้าสมาชิกคนใดที่ต่อต้านหรือไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ จะมีการพิจารณาให้ออกจากการเป็นสมาชิกสอนให้คนรุ่นใหม่ มีการสืบสาน วิถีชีวิตชุมชนของบ้านนาต้นจั่น เช่น ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ที่เป็นมรดกอันล้ำค่า ให้มีการสืบต่อกันไป

7.3 การร่วมกันใช้ประโยชน์ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีการร่วมกันใช้ประโยชน์ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ฯลฯ กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบครึ่งวัน 3 วัน 2 คืน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการพาชมวิถีชีวิตของคนในชุมชน ทานอาหารพื้นเมือง เช่น ข้าวเป็ญ น้ำพริกชองไข่ สมาชิกทุกคนในหมู่บ้านยังคงวิถีชีวิตในชุมชน ทุกบ้านไม่มีรั้วบ้าน สามารถเดินไปมาหาสู่กันได้สามารถเดินไปเก็บผักสวนครัวของเพื่อบ้านได้ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวโดนชุมชนร่วมกัน และช่วยกันพัฒนาระบบสาธารณูปโภคในหมู่บ้านร่วมกันรายได้เฉลี่ยสมาชิกในสหกรณ์มีรายได้เฉลี่ยอยู่ที่ 7-8 พันบาทต่อเดือน

7.4 การร่วมติดตามและประเมินผลในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย ได้มีการจัดระบบการร่วมติดตามและประเมินผลในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยให้สมาชิกของสหกรณ์มีสมุดรายรับ - รายจ่ายของแต่ละบ้าน เพื่อให้ทราบถึงรายได้แต่ละเดือนของสมาชิก นำผลความคิดเห็นของนักเที่ยว มาติดตาม

และประเมินผลการบริการของสมาชิกแต่ละบ้าน เพื่อนำมาปรับปรุงในงานบริการครั้งต่อไป จัดทำมาตรฐานการบริการ จากการประเมินของลูกค้า มีคู่มือของสมาชิกสหกรณ์และบัญชีใหญ่ของแต่ละกลุ่ม เช่น กลุ่มทอผ้า กลุ่มบ้านพัก

7.5 การมีส่วนร่วมทำนุรักษาในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีนโยบายให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมในการทำนุบำรุงรักษาในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยสมาชิกทุกคนในชุมชนร่วมกันทำความสะอาดภายในชุมชน เช่น เก็บขยะ ตัดหญ้าในแต่ละคุ้มบ้าน สอนให้นักเรียนเรียนรู้การทอผ้าแบบโบราณให้กับเยาวชนในโรงเรียนอาทิตย์ละ 1 ครั้งที่มีการจัดการประชุมของบ้านนาต้นจั่น ชื่อ จุดชมวิวห้วยต้นโฮ อนุมัติโดยกรมป่าไม้ จำนวน 1,500 ไร่ โดยใช้หลักการ คนรักษาป่า ป่ารักษาคน เป็นต้น

อภิปรายผล

1. ศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ศักยภาพของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จัดได้ว่ามีศักยภาพ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านภาครัฐและเอกชน ด้านสินค้าและบริการ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านเศรษฐกิจ โดยพิจารณารายด้าน ดังนี้

1.1 ศักยภาพด้านของด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ การจัดการด้านการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ ด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วีระพล ทองมาและคณะ (2554) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวที่ดีและเป็นที่พึงประสงค์จะประกอบไปด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ไม่ทำลายศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นและไม่มองว่าศิลปวัฒนธรรมเป็นเพียงสินค้าด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น 2) ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของท้องถิ่นและ 3) นักท่องเที่ยวซึ่งเปรียบเสมือนเป็นแขก (Guests) และเจ้าของชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเสมือนเจ้าของบ้าน (Hosts) ต้องสร้างความเข้าใจอันดีเกิดมิตรภาพ มีความสามัคคีและอยู่ร่วมกันอย่างสันติไม่ไขว่คว้าเพียงกลับไปแล้วเปิดอัลบั้มภาพดูก็เท่านั้น

1.2 ศักยภาพด้านภาครัฐและเอกชน การสร้างกลไกการประสานงานและการทำงานร่วมกัน (Intersectional Action) ผลสำเร็จของโครงการที่สำคัญอยู่กับการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน ตลอดจนองค์กร วิชาชีพต่าง ๆ ในชุมชนนั้น ๆ เข้ามาร่วมดำเนินงานตั้งแต่การระบุปัญหา กำหนดแนวทางในการแก้ปัญหาและการดำเนินงาน (กาญจนา อาสนะคงอยู่และเอกชัย โกมล, 2553)

1.3 ศักยภาพด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวที่นิยมซื้อของประเภทผ้าของตกแต่ง และของโบราณ ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจากผลดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบงานวิจัยของ กาญจนา สุค์ณศรีริกุล (2558) ซึ่งกล่าวว่าการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว จะต้องดึงเอาเอกลักษณ์ของ ท้องถิ่นออกมาให้ได้ ให้เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เช่น ของฝากและของที่ระลึกของชุมชนจะ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ประดิษฐ์โดยนำวัตถุดิบของท้องถิ่น โดยนำมาพัฒนารูปแบบและคุณภาพของสินค้า ของที่ระลึก

1.4 ศักยภาพด้านสังคมและวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย 2 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่า ทางศิลปวัฒนธรรม เช่น ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี ความงดงามทาง ศิลปวัฒนธรรม ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง ความเป็นมาทาง ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เช่น การใช้ภาษาท้องถิ่น การแต่งกายด้วยผ้าพื้นเมือง และด้านศักยภาพ ทางกายภาพและการจัดกิจกรรม เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้าน การท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมทำ ระหว่างท่องเที่ยว คือ ถ่ายรูป นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ชอบซื้อสินค้าที่ระลึกประเภทผ้า ของตกแต่ง และของโบราณ (นพวรรณ พรหมเพ็ญ, 2558)

1.5 ศักยภาพด้านเทคโนโลยี พบว่าชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีความต้องการ ใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชวดี โกศล (2555) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ประสิทธิภาพการนำนโยบายการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติ ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สุโขทัย พบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทั้งรูปแบบเอกสาร เทคโนโลยีสารสนเทศ และวีดิทัศน์ ให้แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และการบริการการท่องเที่ยวถึงนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

1.6 ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนยังไม่มากพอ เนื่องจากการบริหารงานยังคงเป็นการออกนโยบายจากส่วนกลางและผลักสู่ระดับจังหวัด เนื่องจากในระดับ ภูมิภาคยังไม่มีศักยภาพในการจัดประเภท และระดับความสำคัญ ในเรื่องความต้องการของคนใน ท้องถิ่นโดยการใช้แนวทางจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน คนในท้องถิ่นยังไม่มีความสามารถในด้านเศรษฐกิจ สถานะทางสังคมความรู้ และการสนับสนุนด้านเทคนิค เพื่อสร้างการต่อรองให้ตนเป็นส่วนหนึ่งของ ระบบ (ชวดี โกศล, 2555)

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

แม้ผลการศึกษาพบว่าการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนชุมชน บ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีการทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนและสมาชิก โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมปอง ศรีศิลป์ (2555: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการวางแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลไทยชนะศึก อำเภอทุ่งเสลี่ยม

จังหวัดสุโขทัย พบว่า ผู้นำชุมชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลไทยชนะศึก อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย โดยภาพรวมทั้ง 4 ด้าน มีส่วนร่วมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการวางแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลไทยชนะศึก อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย โดยรวมมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก อันดับที่ 1 คือ ด้านการจัดทำแผนพัฒนา อันดับรองลงมา คือ ด้านการค้นหาสาเหตุของปัญหา นำเสนอปัญหาต่อทางราชการ ด้านการนำแผนพัฒนาไปปฏิบัติ และอันดับท้ายสุด คือ ด้านการติดตาม ประเมินผลแผนพัฒนา ตามลำดับ และผลการวิจัยของ ฌ์รัฐชาติริคชพันธ์ (2554) ได้ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นสามปีขององค์การบริหารส่วนตำบลนาขุนไกร อำเภอศรีสำโรง จังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษา พบว่าประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลนาขุนไกร ผลการศึกษา พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นสามปีขององค์การบริหารส่วนตำบลนาขุนไกร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้านคือด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

3. ศึกษาสภาพแวดล้อมผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาต้นจั่น

ชุมชนบ้านนาต้นจั่น มีการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบชัดเจน มีการแบ่งหน้าที่การทำงาน มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุน ให้ความรู้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน มีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในชุมชนมากยิ่งขึ้น เช่นการไปออกงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม ชุมชนบ้านนาต้นจั่น ยังคงต้องพัฒนาการจัดการด้านการท่องเที่ยว ในด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งตะวัน เกิดโสภา (2553) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของจังหวัดอุทัยธานี พบว่า ผู้ประกอบการในจังหวัดอุทัยธานี ส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ภาษาต่างประเทศ วิทยาการจัดการสมัยใหม่เพื่อการค้าและระบบการจัดการข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อการค้าของโลกและขาดการกำหนด Brand name (ตราสัญลักษณ์การค้า) ของตนเองและการกำหนด identity (เอกลักษณ์) ของตนเอง

ชุมชนบ้านนาต้นจั่น ยังพบถึงอุปสรรคในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เช่นป้าย บอกรางไม่ชัดเจนไฟฟ้าเกิดความขัดข้องบ่อย ทำให้มีอุปสรรคในการท่องเที่ยว คลื่นการสื่อสารในระบบไร้สาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนัชชา ฤทธิ์เดช (2558) ได้ให้ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรปรับทัศนียภาพ ให้น่าดึงดูดใจ สะดวก ปลอดภัย มีป้ายบอกรางชัดเจน เพื่อให้เกิดความสะดวกกับนักท่องเที่ยวด้านการคมนาคมและงานวิจัยศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนนครชุม จังหวัดกำแพงเพชร ด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีสิ่งที่น่าสนใจที่จะพัฒนาชุมชนนครชุมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน ที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับ ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของ

คนในชุมชน รวมถึงสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนแก่ผู้มาท่องเที่ยวทุกคน โดยความคิดเห็นของประชาชนเห็นว่า ชุมชนนครชุมมีศักยภาพระดับมากในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งมีความรู้และความต้องการมีส่วนร่วมที่จะพัฒนาให้ชุมชนนครชุมเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อีกทั้งภาคีที่เกี่ยวข้องและผู้นำ ชุมชน ต้องการส่งเสริมกิจกรรมที่จะสร้างความพร้อมให้กับชุมชนในการพัฒนาให้ชุมชนนครชุมเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนในชุมชน และต้องการสนับสนุนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมประชาสัมพันธ์ชุมชนให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น (เพชรฯ บุคสีทา, 2553)

4. พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในชุมชนบ้านนาต้นจั่น

โดยภาพรวม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีเดินทางท่องเที่ยวแบบส่วนตัว วางแผนการเดินทางมาด้วยตนเอง ใช้รถส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยเป็นครั้งแรกและวางแผนการเดินทางใช้เวลา 2 วัน โดยจะเลือกพักที่โรงแรม ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวผ่าน website วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยว สถานที่ที่เลือกท่องเที่ยว คือ การเยี่ยมชมวัดวาอารามหรือศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจไปเยี่ยมชม ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย วัดชนะสงคราม วัดโสมนาราม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาครั้งนี้ น้อยกว่า 5,000 บาท ตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยอีกครั้งและเดินทางไป จังหวัดกำแพงเพชรต่อ วาทีน อธิศิริเวทย์ (2551) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมากที่สุด คือ วัฒนธรรมไทยและวิถีชีวิตไทย ที่ถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย สถานที่เลือกไปส่วนใหญ่เป็นสถานที่ทางศิลปวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิต สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และมีความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ และข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการต้อนรับแบบไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน รตินธร (2555) พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย ได้แก่ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติ ทะเลและชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่นั่งพัก ถังขยะ มีความสะอาดและเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้พบว่าควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรจัดให้มีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่และมัคคุเทศก์ในการให้บริการ ควรมีการแนะนำก่อนการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเตรียมตัว รวมถึงรู้จักสถานที่ที่น่าสนใจ
2. ด้านราคา ควรปรับปรุงมาตรฐานและคุณภาพของวัสดุของสินค้าที่ระลึกให้เหมาะสมกับราคาสินค้า
3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจัดให้มีการบริการถ่ายรูปไว้ให้บริการตามสถานที่ต่างๆ และควรจะให้มีการจัดจำหน่ายของที่ระลึกที่หลากหลายรวมถึงของที่ระลึกที่แสดงถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีการจัดกิจกรรมสร้างความบันเทิงให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้สถานที่ท่องเที่ยวมีกิจกรรมที่หลากหลาย จัดทำสื่อโฆษณาสถานที่ท่องเที่ยวให้หลากหลายช่องทางและจัดให้ดูโดดเด่นน่าดึงดูด
4. ด้านลักษณะทางกายภาพ ควรให้มีการรักษาความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวให้มากกว่านี้ และเพิ่มจุดติดตั้งป้ายบอกทางไปสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น
5. เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีความเข้าใจ ห่วงแหน ตระหนักถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- การท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติปี พ.ศ. ๒๕๕๔ และแนวโน้มปี พ.ศ. ๒๕๕๕. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๕๕.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙). กรุงเทพมหานคร : สำนักงานนายกรัฐมนตรี, ๒๕๕๕.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงาน. ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔). กรุงเทพมหานคร : สำนักงานนายกรัฐมนตรี, ๒๕๕๙.
- เคนใจ อะกิซูกิ และคณะ. ประสบการณ์ของญี่ปุ่นและฟิลิปปินส์ในด้านการประสานแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงมหาดไทย, ๒๕๔๕.
- นิรมล กุลศรีสมบัติ และพรสวรรค์ วิเชียรประดิษฐ์. กลไกการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการชุมชนประเทศญี่ปุ่น. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์ออกแบบและพัฒนาเมือง, ๒๕๕๖.
- นิยม รัฐอมฤตและคณะ. การปกครองท้องถิ่นเปรียบเทียบ. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, ๒๕๒๐.
- พจนา สอนศรี. เอกสารการสอนชุดวิชา หน่วยที่ ๘-๑๕ การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๖.

วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย

- วีระพล ทองมา และ ประเจต อำนาง. “ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่”. รายงานผลการวิจัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้, ๒๕๔๗.
- เสาวลักษณ์ ปิติ. “แนวทางในการหารูปแบบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทย : ศึกษากรณีการมีส่วนร่วมของสภาองค์กรชุมชนในการบริหารกิจการท้องถิ่น”. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, ๒๕๕๖.
- อัศวิน แสงพิบูล. “การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี”. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, ๒๕๕๗.

วารสาร จุลสาร

ณรงค์ ชูบุรีรักษ์, สิทธิศักดิ์ คำผา, สมสงวน ปัสสาโก และรังสรรค์ สิงห์เลิศ. “การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอุทยานไดโนเสาร์ของประชาชนในตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์”, วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. ๒๕๕๓.

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. “การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษา บ้านโคกไคร้ จังหวัดพังงา”, วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. ๒๕๕๗.

ภราเดช พยัฒวิเชียร. “การท่องเที่ยววัฒนธรรมรากหญ้าโดยชุมชนในประเทศไทย”, จุลสารทางวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ฉบับที่ ๑, มกราคม – มีนาคม ๒๕๕๐.

เอกสารไม่ตีพิมพ์

วรพงศ์ ผูกู๋. “ลวงเหนือ...ฐานความรู้จากงานวิจัย บันไดสู่การเป็นหมู่บ้านต้นแบบด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม”. สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, ๒๕๕๖.

บริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, องค์กร. “โครงการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน”. ๒๕๕๙.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. “สถิตินักท่องเที่ยวเข้าไทยปี ๒๐๑๕ พุ่งสูงเกือบ ๓๐ ล้านคน”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://๒baht.com/thailand-visitors-stats-๒๐๑๕/>, ๒๕๕๘.

ภาษาต่างประเทศ

Book

- Hashimoto, S. Neighborhood Associations and Machizukuri Processes : Strengths and Weaknesses, in Living Cities in Japan : Citizens' Movements, Machizukuri and Local Environments. Routledge Japanese Studies Series, ๒๐๐๗.
- Pigram J. Planning for tourism in rural areas :bridging the policy implementation gap.In Tourism Research: Critiques and Challenges. Edited by Pearce and Butler. London : Routledge, ๑๙๙๓.
- Weaver, D., & Lawton, L. Tourism management (๔th ed.). Milton Australia : John Wiley & Sons, ๒๐๑๐.

Journal

- Buckley, R. “Sustainable tourism: Research and reality”, Annals of Tourism Research. ๓๙ (๒), ๕๒๘-๕๔๖, ๒๐๑๒.
- Janusz. G. K. and Bajdor, P. “Towards to Sustainable Tourism Framework, Activities and Dimensions”, Procedia Economics and Finance ๖. p.๕๒๓-๕๒๘, ๒๐๑๓.
- Weaver, D. “Can sustainable tourism survive climate change”, Journal of Sustainable Tourism. ๑๙ (๑), ๕-๑๕, ๒๐๑๑.

Electronic Database

- Howell, C. “Trends in Hotel Certification and Rating Programs: Guidelines for the Caribbean”. (Online). Available : [http://www.cep.unep.org/issues/hotel cert.PDF](http://www.cep.unep.org/issues/hotel_cert.PDF), ๒๐๑๐.
- Jean Heilman. “New tool for public Participation in the Japanese Regulatory System”. (Online). Available : <http://www.jiaponline.org>, ๒๐๑๓.
- Shigenori Matsui. “The Political Participation and the Constitution in Japan”. (Online). Available : <http://www.juridicas.unam.mx/wccl/ponencias/๑/๒๗/pdf>, ๒๐๑๓.
- World Travel & Tourism Council. “A History of the World Travel & Tourism Council”. (Online). Available : from http://www.wttc.org/bin/pdf/originalpdffile/a_history_of_wttc.pdf, ๒๐๑๐.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นาย อุดลชัย รักดำ
วัน เดือน ปีเกิด	22 มีนาคม 2507
การศึกษา	ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2534 อบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์นำนักท่องเที่ยวไทย (รุ่นที่1)
โดยย่อ	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต พ.ศ. 2544 อบรมเพิ่มพูนความรู้สำหรับมัคคุเทศก์หลักสูตรที่ 1 (รุ่นที่ 5) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยร่วมกับมหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2534 – ปัจจุบัน เป็นมัคคุเทศก์ทัวร์ในประเทศ, ทัวร์ต่างประเทศบัตรทอง พ.ศ. 2548 – 2549 อุปนายก/เหรียญกษมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย พ.ศ. 2549 – 2550 เลขธิการสมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย พ.ศ. 2550 – 2552 ประธานที่ปรึกษากิตติมศักดิ์สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย พ.ศ. 2551-2553 ปรึกษสมาคมสหพันธ์ท่องเที่ยวภาคเหนือ พ.ศ. 2553 – 2555 นายกสมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย พ.ศ. 2553 – 2555 กรรมการสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สาขาธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย) พ.ศ. 2556– 2557 ที่ปรึกษสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2557– 2559 กรรมการสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2557 – 2559 ผู้ช่วยประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2559– 2561 เลขธิการสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจท่องเที่ยว ส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย
ตำแหน่งปัจจุบัน	กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดีเจริญทัวร์ ทราเวล เซ็นเตอร์ จำกัด

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง การศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

ผู้วิจัย นาย อุดลชัย รักดำ **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** ๕๙

ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท ดีเจริญทัวร์ ทราเวล เซ็นเตอร์ จำกัด

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย ที่ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในชุมชน หรือในพื้นที่การท่องเที่ยวต่างๆ การท่องเที่ยวจึงเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่สำคัญรัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ตั้งแต่ ปี พ.ศ. ๒๕๒๐ โดยได้บรรจุการพัฒนาการท่องเที่ยวให้อยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๔ เรื่อยมาจนกระทั่งถึงฉบับปัจจุบัน ฉบับที่ ๑๒ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๙)

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนและกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี เรื่องที่ ๒ การสร้างความสามารถในการแข่งขันการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้เกิดการสร้างงาน เกิดรายได้ให้กับชุมชนได้อย่างต่อเนื่องต่อไป

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการที่ให้ชุมชนเป็นผู้ดำเนินการและเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนระบบการท่องเที่ยวของท้องถิ่นในรูปแบบของการท่องเที่ยวชุมชน (Community - based Tourism) นั้น เป็นแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย ในการนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งมุ่งเน้นที่จะสร้างความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว สุโขทัย จังหวัดที่เคยเป็นราชธานีของไทยในอดีต มีประวัติศาสตร์ยาวนานมากกว่า ๗๐๐ ปี รวมถึงเมืองศรีสัชชนาลัย ที่เคยเป็นเมืองหน้าด่านสำคัญของสุโขทัยเช่นกัน ด้วยศิลปะและความงามของโบราณสถานที่ยังคงหลงเหลือให้คนรุ่นหลังได้เห็นนั้น เป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนดินแดนรุ่งอรุณแห่งความสุข พร้อมกับการชูเมืองสุโขทัย ให้เป็นเมืองมรดกโลกของอาเซียนอีกด้วย Slow Life Show Travel

ชุมชนบ้านนาต้นจั่น ชุมชนแห่งนี้ได้รับการรางวัลชนะเลิศ PATA GOLD AWARDS ๒๐๑๒ ประเภท HERITAGE and Culture จากประเทศมาเลเซีย โดยสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และรางวัลยอดเยี่ยม ประเภทองค์กรสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี ๒๕๕๖ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชาวบ้านบ้านนาต้นจั่นต้องใช้เวลาเกินกว่า ๒๕ ปี

จากที่บ้านนาต้นจั่นประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จและได้รับรางวัลมากมาย จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำเรื่องการศึกษาแบบ

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อจะได้รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อความยั่งยืน เพื่อจะเป็นประโยชน์กับชุมชนอื่น ๆ ที่ต้องการในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

๑. ศึกษาศักยภาพชุมชนบ้านนาต้นจั่นในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างยั่งยืน
๒. ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
๓. ศึกษาสภาพแวดล้อมผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน
๔. ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในชุมชน

ขอบเขตของการวิจัย

๑. ขอบเขตด้านพื้นที่
 - ประชากร คือ ผู้มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาต้นจั่น ได้แก่ นักท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้บริหารการปกครอง
๒. ขอบเขตด้านเนื้อหา
 - ๒.๑ ตัวแปรต้น บริบทบ้านนาต้นจั่น
 - ๒.๒ ตัวแปรตาม
 - ๒.๒.๑ ศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว
 - ๒.๒.๒ ด้านมีส่วนร่วมของชุมชน
 - ๒.๒.๓ ด้านการท่องเที่ยว
 - ๒.๒.๔ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมผลกระทบในการท่องเที่ยว SWOT

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ดำเนินการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่เน้นรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจากชุมชน (Participatory Action Research : PAR) โดยการเก็บข้อมูลดังนี้

ข้อมูลเชิงปริมาณ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนในการให้ข้อมูล ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) กำหนดขนาดตัวอย่าง เท่ากับ ๒๐๕ ชุด ดังนั้นจึงจะเก็บตัวอย่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยวิธีการดังกล่าว โดยจะถือว่าเป็นตัวแทนนักท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

ข้อมูลเชิงคุณภาพ การนำเสนอจะใช้วิธีการนำเสนอโดยการเขียนบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive Approach) ซึ่งเป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ๒๐ คน จากกลุ่มสมาชิกชุมชนบ้านนาต้นจั่น

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยต่อบัตถุประสงค์ข้อที่ ๑ ศักยภาพภาพชุมชนบ้านนาต้นจั่นในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน โดยแบ่งเป็นทั้งหมด ๖ ข้อดังนี้

๑. ศักยภาพด้านของด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ การจัดการด้านการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ ด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

๒. ศักยภาพด้านภาครัฐและเอกชน การสร้างกลไกการประสานงานและการทำงานร่วมกัน (Intersectional Action) ผลสำเร็จของโครงการที่สำคัญอยู่กับการทำงานร่วมกันของภาครัฐ เอกชน ตลอดจนองค์กร วิชาชีพต่าง ๆ ในชุมชนนั้น ๆ เข้ามาร่วมดำเนินงานตั้งแต่การระบุปัญหา กำหนดแนวทางในการ แก้ปัญหา และการดำเนินงาน

๓. ศักยภาพด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวนิยมซื้อของประเภทผ้า ของตกแต่ง และของโบราณ ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว จะต้องดึงเอาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นออกมาให้ได้ ให้เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เช่น ของฝากและของที่ระลึกของชุมชน จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ประดิษฐ์โดยนำวัตถุดิบของท้องถิ่น โดยนำมาพัฒนารูปแบบและคุณภาพของสินค้าของที่ระลึก

๔. ศักยภาพด้านสังคมและวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย ๒ ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม เช่น ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี ความงามทางศิลปวัฒนธรรม ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เช่น การใช้ภาษาท้องถิ่น การแต่งกายด้วยผ้าพื้นเมือง และด้านศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรม เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

๕. ศักยภาพด้านเทคโนโลยี พบว่า ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีความต้องการใช้เทคโนโลยีในการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวทั้งรูปแบบเอกสาร เทคโนโลยีสารสนเทศ และวีดิทัศน์ ให้แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และการบริการการท่องเที่ยวถึงนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

๖. ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ การมีส่วนร่วมของภาคประชาชนยังไม่มากพอ เนื่องจากการบริหารงานยังคงเป็นการออกนโยบายจากส่วนกลางและผลักดันสู่ระดับจังหวัด เนื่องจากในระดับภูมิภาคยังไม่มีศักยภาพในการจัดประเภท และระดับความสำคัญ ในเรื่องความต้องการของคนในท้องถิ่นโดยการใช้แนวทางจากเบื้องล่างสู่เบื้องบน คนในท้องถิ่นยังไม่มีความสามารถกำหนดหรือควบบนด้านเศรษฐกิจ สถานะทางสังคมความรู้และการสนับสนุนด้านเทคนิค เพื่อสร้างการต่อรองให้ตนเป็นส่วนหนึ่งของระบบ ยังต้องอ้างอิงเศรษฐกิจภาพรวมของจังหวัด

ผลการวิจัยต่อบัตถุประสงค์ข้อที่ ๒ ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีการทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยผู้นำชุมชนและสมาชิก ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการ

จัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๓ ศึกษาสภาพแวดล้อมผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาต้นจั่น มีการจัดการผลกระทบที่เกิดขึ้น การท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบชัดเจน มีการแบ่งหน้าที่การทำงาน มีการป้องกันการเข้ามาทำธุรกิจของนายทุน มีการตั้งกฎระเบียบ ข้อบังคับของหมู่บ้าน มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุน ให้ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน มีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในชุมชนมากยิ่งขึ้น กำหนด Brand name (ตราสัญลักษณ์การค้า) ของตนเองและการกำหนด identity (เอกลักษณ์) ของตนเอง เช่น การไปออกงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม ชุมชนบ้านนาต้นจั่น ยังคงต้องพัฒนาการจัดการด้านการท่องเที่ยวในด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น

ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ ๔ ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในชุมชน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวแบบส่วนตัว วางแผนการเดินทางมาด้วยตนเอง ใช้รถส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว มาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยเป็นครั้งแรกและวางแผนการเดินทางใช้เวลา ๒ วัน โดยจะเลือกพักที่โรงแรม ทราบข้อมูลการท่องเที่ยวผ่าน website วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยว สถานที่ที่เลือกท่องเที่ยว คือ การเยี่ยมชมวัดวาอารามหรือศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจไปเยี่ยมชม ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาครั้งนี้ น้อยกว่า ๕,๐๐๐ บาท ตั้งใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยอีกครั้งและเดินทางไป ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการดึงดูดนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติ

ด้านการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

๑. จุดเด่น ของชุมชนบ้านนาต้นจั่น ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว

- ๑.๑ มีการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างเป็นระบบชัดเจน
- ๑.๒ มีการแบ่งหน้าที่การทำงาน มีศูนย์กลางในการประสานงานสำหรับ

นักท่องเที่ยว

๑.๓ มีสินค้าการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวมาก เช่น ผ้าหมักโคลนแปรรูป ไปตัดเสื้อผ้า อาหารปลอดภัย มีอาหารท้องถิ่น ข้าวเป็ญ มีผลไม้ตามฤดูกาล (กลางสาด ลองกอง ทูเรียน)

๑.๔ คนในชุมชน มีเสน่ห์ มีภาษาท้องถิ่น ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจงาม

๑.๕ คนในชุมชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชน

๑.๖ คนในชุมชนมีวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย มีการแบ่งปันอาหารการกินกัน

๒. จุดด้อย ของชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

๒.๑ ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ที่ใช้สื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

๒.๒ สมาชิกในชุมชนมีความขัดแย้ง และไม่เข้าใจกันบ้างในการดำเนินงาน แต่สามารถแก้ไขปัญหาได้

๒.๓ วัสดุที่นำมาใช้ทำ Furniture สำหรับขายให้กับนักท่องเที่ยว มีจำนวนลดลง ต้องมีการวางแผนในการใช้เป็นอย่างดี

๓. โอกาส ของชุมชนบ้านนาต้นจั่น

๓.๑ มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุน ให้ความรู้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน

๓.๒ มีช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าในชุมชนมากยิ่งขึ้น เช่น การไปออกงานต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยว

๓.๓ มีหน่วยงานต่างๆ รับรองรางวัลการท่องเที่ยว เช่น รางวัลชนะเลิศ PATA GOLD AWARDS ๒๐๑๒ ประเภท HERITAGE and Culture จากประเทศมาเลเซีย และรางวัลยอดเยี่ยมประเภทท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี ๒๕๕๖ จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

๔. อุปสรรค ของชุมชนบ้านนาต้นจั่น

๔.๑ ด้านการจัดการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ มีอุปสรรคในการเดินทาง เช่น ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน ไฟฟ้าเกิดความขัดข้องบ่อย ทำให้มีอุปสรรคในการท่องเที่ยว

๔.๒ การสื่อสารในระบบไร้สาย ไม่เสถียร การปิดกั้น GPS ไม่สามารถนำทางเข้ามาในชุมชนได้

๔.๓ ระยะทางของหมู่บ้านไกลจากถนนใหญ่ บางครั้งทำให้นักท่องเที่ยวหลงทางได้

สรุป

ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ มีผู้นำ มีสมาชิก มีการประชุม วางแผน และมีการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน ในการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามชุมชนบ้านนาต้นจั่นยังคงต้องพัฒนาในด้านของภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจเข้ามาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัย อีกทั้งยังคงต้องพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ต ป้ายบอกทาง เป็นต้น เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบครบวงจรและส่งผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ระยะสั้น

๑. หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบควรจัดทำป้ายบอกทางเข้าไปในหมู่บ้านนาต้นจั่นให้ชัดเจน

๒. ควรพัฒนาระบบการสื่อสารให้มีความเสถียรมากขึ้น เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารและทางการค้าออนไลน์

๓. พัฒนาสินค้าพื้นเมืองให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายและการบริการให้มีความรวดเร็วตลอดเวลา

๔. เพิ่มจำนวนการซื้อหุ้ให้มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อนำเงินหุ้ไปพัฒนาสินค้าด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น การพัฒนาสินค้า การท่องเที่ยวด้านการเกษตร บ้านนาต้นจันมีจุดเด่นการเกษตรมากมาย เช่น ทุเรียน ลองกองและผักปลอดสารพิษ

๕. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ควรให้ความสำคัญและสนับสนุนให้สมาชิกบ้านนาต้นจัน เกิดจิตสำนึกการอนุรักษ์ การหวงแหน ในขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดั้งเดิมให้กับสมาชิกและเด็กๆ เพื่อสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวต่อไป

๖. การสร้างความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์

ระยะกลาง

๑. หน่วยงานภาครัฐควรจัดโครงสร้างพื้นฐานให้กับหมู่บ้านนาต้นจันกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ระบบไฟฟ้าสำรอง ระบบประปา รถฉุกเฉินกรณีเกิดอุบัติเหตุกับนักท่องเที่ยว

๒. ส่งเสริมให้มีกฎ ระเบียบการปกครองของหมู่บ้าน เพื่อสร้างความเข้าใจของสมาชิกในหมู่บ้าน

๓. ส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกในมีการทำงานและงานบริการที่มีมาตรฐานเดียวกัน

๔. สร้างและเชื่อมโยงเข้าทางท่องเที่ยวกับแหล่งใกล้เคียงกับแหล่งอื่นๆ เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย ฯลฯ

ระยะยาว

๑. ภาครัฐและภาคเอกชนควรสนับสนุนการท่องเที่ยวและการพัฒนาสินค้าและงานบริการอย่างต่อเนื่องด้านงบประมาณ การพัฒนาบุคลากร การอนุรักษ์การรักษาทรัพยากรธรรมชาติ การรักษาศิลปวัฒนธรรมประเพณีให้มีการสืบต่อไป

๒. ความสำเร็จและความเข้มแข็งในการบริหารจัดการหมู่บ้าน ควรมีระบบการจัดการความรู้ให้กับหมู่บ้านอื่นๆ ได้รับองค์ความรู้ เรียนรู้ความยั่งยืนดังกล่าว