

การพัฒนาการจัดการการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ยั่งยืน
ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษาอำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี

Development of Marketing Management
to Promote Sustainable Community-based Tourism under
Philosophy of Sufficiency Economy: A Case Study of Kut Chap District,
Udon Thani Province

รุ่งศิริ สระบัว* และ กิตติพล สระบัว

Rungsiri Srabua and Kittipol Srabua*

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยสันตพล จ. อุดรธานี 41000

Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Santapol College, Udonthani 41000 Thailand

*Corresponding author: E-mail: rungsiri@stu.ac.th

(Received: August 1, 2019; Accepted: September 18, 2020)

Abstract: The purpose of research was to study the potential and guidelines on marketing management in sustainable community - based tourism in Kut Chap district, Udon Thani. The participatory rural appraisal method (PRA) was used in qualitative research to inform content of tourism, community research and observation, deep interview and was to create the survey tools using tourism evaluation form. The 56 samples were community leaders, community enterprises and people in the community from 7 subdistricts in Kut Chap district. The research found that the area of Kut Chap district had potential tourism resources to develop in sustainable community-based tourism. The guidelines on marketing management of tourism were as follows: 1) encourage locals to be a good host and raise awareness in using tourism resources for its maximum benefits 2) prepare and develop tourists attractions in the communities according to the concept of sustainable community-based tourism. 3) train the communities' representatives to make use of local culture, local knowledge and social, culture and environment conservation for community-based tourism. 4) encourage communities to plan and develop tourism policy together by incorporating local lifestyles for tourist experience.

Keywords: Marketing management, sustainable community-based tourism, philosophy of sufficiency economy

บทคัดย่อ: การวิจัยมีวัตถุประสงค์ศึกษาศักยภาพและแนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในอำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ทราบถึงบริบทด้านการท่องเที่ยว สสำรวจและสังเกตการณ์ชุมชนด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เครื่องมือการวิจัยคือ แบบประเมินศักยภาพการท่องเที่ยว มีกลุ่มตัวอย่าง 56 คน ประกอบด้วยผู้นำชุมชน ผู้นำอาสา ประชาชนชาวบ้าน และสมาชิกในชุมชนจาก 7 ตำบล พบว่า อำเภอกุดจับมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีแนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยว คือ 1) กระตุ้นชุมชนเป็นเจ้าบ้านที่ดี ตระหนักในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) สร้างความเข้าใจเพื่อเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว 3) การจัดอบรมตัวแทนชุมชนให้มีความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับประเพณี ภูมิปัญญา

ท้องถิ่น ควบคู่กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 4) ชุมชนร่วมกำหนดแผนและนโยบายการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอำเภออุตุ

คำสำคัญ: การจัดการตลาด การท่องเที่ยวโดยชุมชน เศรษฐกิจพอเพียง

คำนำ

จากการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 12 ที่ยังคงเน้นนำและประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเริ่มเข้ามาตั้งแต่แผนฉบับที่ 8 โดยยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม รวมถึงภาคการท่องเที่ยวที่จะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เข้าสู่ชุมชน เพื่อผลักดันภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัว เนื่องจากถือเป็นปัจจัยหลักที่จะสร้างรายได้สนับสนุนให้เศรษฐกิจ โดยเฉพาะเมื่อโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานเข้าสู่ชุมชนจะทำให้การท่องเที่ยวคึกคักมากขึ้น (Office of the National Economic and Social Development Council, 2015)

ปัจจุบันบทบาทของชุมชนในการเข้ามาจัดการการท่องเที่ยวหรือที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (community-based tourism)” ได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว สนับสนุนให้คนในชุมชนมีบทบาทสำคัญในการวางแผน ตัดสินใจด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และพัฒนาชุมชนของตนเอง ยึดความต้องการที่แท้จริงของชุมชนสู่การร่วมมือร่วมใจกันอนุรักษ์คุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รักษาศิลปวัฒนธรรมจารีตประเพณี และภูมิปัญญา ดั้งเดิมให้เกิดความยั่งยืน (Nitikasetsoontorn, 2015) ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิต สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการทำงานร่วมกัน สร้างความภาคภูมิใจให้คนในชุมชน และยังเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูวัฒนธรรมให้ได้รับการบันทึก สืบทอด เผยแพร่ และสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือนสร้างการรับรู้เรื่องความผูกพันระหว่างชุมชนกับทรัพยากรธรรมชาติ (Kaswanto, 2015)

ทั้งนี้ Saksoong and Natee (2019) มองว่าการที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ในระดับสากลนั้น ควรมีการพัฒนาให้ครอบคลุมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านที่พัก อาหาร วัฒนธรรม และการประชาสัมพันธ์ ที่จำเป็นต้องบูรณาการความรู้เหล่านี้จัดการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ และงานวิจัยของ Keawmanee (2015) ได้เสนอว่าหากชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นเอกลักษณ์อยู่แล้วนั้น หากได้ความร่วมมือทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเข้ามาช่วยวางแผนดำเนินงานร่วมกับผู้นำชุมชนจะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นก้าวหน้าได้มากขึ้น

จังหวัดอุดรธานีเป็นอีกแห่งหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง ตลอดจนศักยภาพตามธรรมชาติที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชาติทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน เนื่องจากมีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และสถานที่สำคัญระหว่างเส้นทางการเดินทางที่เต็มไปด้วยสิ่งที่น่าสนใจ ชุมชนมีรูปแบบเป็นชุมชนชนบทวิถีอีสาน และอุตุยังเป็นแหล่งผลิตอาหาร พืชพันธุ์การเกษตรให้กับชาวอุดรธานี และท้องถิ่นข้างเคียงอีกด้วย

การพัฒนาการท่องเที่ยวยังจำเป็นต้องมีการดำเนินการวิจัยที่เชื่อมโยงกันในพื้นที่เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และเป็นรูปธรรมมากขึ้น ดังนั้นคณะวิจัยจึงได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาการจัดการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ยั่งยืนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกรณีศึกษา : อำเภออุตุ จังหวัดอุดรธานี โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่อำเภอ

กุดจับ จังหวัดอุดรธานี และ 2) แนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ยั่งยืนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของอำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี

อุปกรณ์และวิธีการ

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการวิเคราะห์ชุมชนแบบมีส่วนร่วม (participatory rural appraisal: PRA) มีระยะเวลาการดำเนินโครงการตั้งแต่ เดือนมกราคม ถึง เดือน ตุลาคม พ.ศ.2559

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้การวิจัยครั้งนี้ คือ สมาชิกในชุมชนพื้นที่อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวชุมชนจากเขตการปกครองทั้งหมด 7 ตำบล ได้แก่ ตำบลกุดจับ ตำบลขอนแก่น ตำบลเชียงเพ็ง ตำบลสร้างก่อ ตำบลปะโค ตำบลเมืองเพีย และตำบลตาลเลียน รวม 56 คน การสุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informant: KI) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ได้แก่ ผู้นำชุมชน ตำบลละ 2 คน, ผู้อาวุโสหรือผู้คุ้นเคยที่อาศัยอยู่ในชุมชนเป็นเวลานาน ตำบลละ 2 คน ปราชญ์ชาวบ้านตำบลละ 1 คน นักวิชาการชุมชน ตำบลละ 1 คน และสมาชิกในชุมชน ตำบลละ 2 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยบูรณาการองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (7A's) และมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อวิเคราะห์กรอบปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) ในพื้นที่อำเภอกุดจับจาก 7 ตำบล เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับบริบท ปัญหา และข้อจำกัดของทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งศักยภาพของชุมชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

โดยกำหนดตัวแปร ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ที่พักแรม การบริการเสริมทางการท่องเที่ยว และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบผสมผสาน ประกอบด้วย จัดเวทีการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถึงข้อมูล การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (KI) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และตรวจสอบองค์ความรู้ที่ได้จากการเก็บข้อมูล เพื่อความถูกต้องในโครงสร้างของเนื้อหาข้อมูล รวมถึงความครบถ้วนและครอบคลุมในเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลคณะผู้วิจัยได้ทำมโนทัศน์ (concept) ของข้อมูลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกันในรูปของข้อความ (statement) และจัดหมวดหมู่ของมโนทัศน์เพื่อหาความสัมพันธ์เชื่อมโยงเชิงเหตุผล โดยคณะผู้วิจัยได้กำหนดรหัสหมาย (code) แยกเป็นหมวดหมู่ (code mapping) และเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของแต่ละมโนทัศน์ จัดหมวดหมู่ให้แก่มโนทัศน์ต่างๆ นอกจากนี้การเลือกผู้ตอบรายต่อไปยังคำนึงถึงความแตกต่างของความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มมโนทัศน์ต่างๆ โดยการเปรียบเทียบ (comparative case) เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง (verify)

การวิเคราะห์ข้อมูลขณะเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม คณะผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงข้อมูล (validity) และความน่าเชื่อถือได้ (reliability) ของข้อมูลภาคสนามทุกครั้งที่เก็บข้อมูลด้วยการดูข้อคำถาม สื่อความหมายตรงตามที่ต้องการหรือไม่ ขณะที่สัมภาษณ์คำตอบที่ได้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน ข้อมูลเดิมและ

ข้อสังเกตของนักวิจัยหรือไม่ ทดสอบกับสภาพแวดล้อมและข้อมูลอื่นที่มีอยู่เดิมจากแหล่งอื่นๆ ในลักษณะทดสอบแบบสามเส้า (triangulation) ตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ข้อมูลมีความหมายแม่นยำเชื่อถือได้ และมีการสรุปเนื้อหาผลการวิจัยตามประเด็นที่ศึกษา พร้อมกับการเสนอเชิงพรรณนา (descriptive analysis)

ผลการศึกษา

1. การวิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาการจัดการท่องเที่ยวในอำเภอภูผา จังหวัดอุดรธานี

คณะวิจัยได้ทำการวิเคราะห์โดยมีการบูรณาการข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์มาเชื่อมโยงกับบริบทของชุมชนในพื้นที่ที่ทำการศึกษา โดยทำการวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาแยกตามเขตพื้นที่ในการปกครองของอำเภอภูผาซึ่งแบ่งออกเป็น 7 พื้นที่ โดยสามารถสรุปศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และบทบาทการมีส่วนร่วมของชุมชนด้านการท่องเที่ยวได้ตามลำดับคือ ตำบลขอนแก่น ตำบลภูผา ตำบลเชียงเพ็ง ตำบลสร้างก่อ ตำบลตาลเลียน ตำบลเมืองเพีย และตำบลปะโค ซึ่งเป็นชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว ดังนี้

- 1) มีเส้นทางเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ดี
- 2) มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นในชุมชนที่หลากหลาย
- 3) มีผลิตภัณฑ์ชุมชน (ถั่วคั่วทราย) ที่เป็นรู้จักและมีชื่อเสียง
- 4) มีบุคลากรการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีความเข้มแข็งเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน แต่ทั้งนี้ยังมีปัญหาที่อาจส่งผลกระทบต่อการจัดการตลาดท่องเที่ยวคือ

- 1) ยังไม่มีการจัดทำฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวและไม่สามารถนำข้อมูลมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวได้
- 2) ยังไม่มีการวางตำแหน่งทางการตลาดท่องเที่ยวที่ชัดเจนส่งผลกระทบต่อรับรู้จุดเด่นที่แตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ยังไม่มีการจัดทำแผนที่ท่องเที่ยวชุมชน

ที่เป็นรูปธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยว 4) ยังไม่มีการจัดโครงสร้างองค์กรของบุคลากรทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบเฉพาะ

ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนควรมีการวางแผนนโยบายและวิสัยทัศน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว และให้ความสำคัญในการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถช่วยให้ชุมชนสร้างรายได้และเป็นอาชีพเสริมได้ ด้วยมีการกำหนดแผนการติดตาม ประเมินผล และวิเคราะห์แก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมสร้างความเข้าใจในเรื่องราวการท่องเที่ยว พร้อมกับการพัฒนาความร่วมมือระดับท้องถิ่นในอำเภอภูผา ในการเชื่อมโยงเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

2. แนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ยั่งยืนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ควรมีการนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) เข้ามาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อชุมชน ซึ่งทางคณะวิจัยมีข้อคิดเห็นในการจัดการส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวจากการวิเคราะห์ ดังนี้

1) การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

- การแบ่งส่วนตลาด (segmentation: S) ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนจะต้องมีการดำเนินการจัดทำ การแบ่งส่วนตลาดของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีให้ชัดเจนว่านักท่องเที่ยวเหล่านั้นมีลักษณะอย่างไร สามารถแบ่งกลุ่มได้กี่ประเภท เพื่อสามารถเห็นถึงศักยภาพในการก่อให้เกิดรายได้การท่องเที่ยว และมีความต้องการที่สอดคล้องกับทรัพยากรท่องเที่ยวของอำเภอภูผา

- การเลือกกลุ่มเป้าหมาย (targeting) โดยมีการคัดเลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่มี

ความต้องการ พฤติกรรม และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่ชุมชน เพื่อให้มีกลุ่มลูกค้าที่ชัดเจนในการวางกลยุทธ์การตลาดต่อไป

- การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ (product positioning) ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐจะต้องมีการกำหนดลักษณะเด่นของอำเภออุดจักษ์ที่สามารถบ่งบอกและแสดงถึงจุดแตกต่างที่น่าสนใจในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวได้ เช่น อำเภออุดจักษ์จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อศึกษาธรรมชาติ หรืออำเภออุดจักษ์จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ หรืออำเภออุดจักษ์จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประเพณีและวัฒนธรรม เป็นต้น ทั้งนี้การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จะเป็นจุดเริ่มต้นในกระบวนการเพื่อสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้มีความระลึกถึงความแตกต่างอันน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวผ่านการนำเสนอจุดขายด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภออุดจักษ์ที่มีความโดดเด่นในด้านต่างๆ

2) การจัดการด้านผลิตภัณฑ์

- ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว ควรมีการจัดแบ่งประเภทการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างชัดเจนตามบริบทของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชน และเพื่อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน อาทิเช่น การท่องเที่ยวชุมชนหรือหมู่บ้านเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวชุมชนเชิงนิเวศหรือธรรมชาติ การท่องเที่ยวชุมชนเชิงศาสนา เป็นต้น

- ด้านฤดูกาลท่องเที่ยว ภาพรวมการท่องเที่ยวในอำเภออุดจักษ์สามารถท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี แต่ในช่วงฤดูร้อนที่มักจะเป็นอุปสรรคในการท่องเที่ยวเช่นเรื่องอากาศที่ร้อนจัด ฝุ่นละอองจากถนนหนทาง และในช่วงฤดูฝนที่พบปัญหาด้านการเร่งปรับปรุงและพัฒนาถนนหนทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการสัญจรให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมากยิ่งขึ้น จึงพบว่าในฤดูหนาวเป็น

ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน เนื่องจากมีความได้เปรียบในด้านสภาพอากาศที่เย็นสบายโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่สามารถชมความงามของธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ได้มากที่สุดในช่วงเวลาดังกล่าว อีกทั้งในฤดูหนาวช่วงปลายเดือนตุลาคมไปจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ที่ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวตามเทศกาลซึ่งในท้องถิ่นจะมีการจัดงานประเพณีประจำปี เช่น บุญออกพรรษา บุญกฐิน ประเพณีการลงแขกเกี่ยวข้าว บุญคูณลานสู่ขวัญข้าว และบุญประทานข้าวเปลือก เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวตามฤดูกาลดังกล่าวนอกจากจะเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนแล้วยังเป็นส่งเสริมการอนุรักษ์ประเพณีที่หาชมได้ยากในปัจจุบันเพื่อสร้างความดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

- ด้านการวางแผนเส้นทางท่องเที่ยว ในพื้นที่อำเภออุดจักษ์ ควรมีการกำหนดเส้นทางในการท่องเที่ยวของอำเภออุดจักษ์ขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยการจัดทำ “แผนที่ท่องเที่ยวชุมชนอำเภออุดจักษ์” ขึ้น เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวที่ช่วยให้เกิดความสะดวกต่อการวางแผนท่องเที่ยวและเป็นตัวเลือกตัดสินใจในการกำหนดเส้นทางการเดินทางที่สอดคล้องกับระยะเวลาเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละคนได้ ซึ่งอาจมีการติดตั้งเป็นป้ายตามจุดท่องเที่ยวสำคัญหรือจัดทำเป็นแผนที่วางไว้ตามจุดให้ข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชนเพื่อแจกให้กับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน

- ด้านการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทางชุมชนควรมีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของอำเภออุดจักษ์ให้มีความสอดคล้องกันตามบริบทของทรัพยากรท่องเที่ยว เช่น หากพื้นที่ตำบลใดมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรมีการจัดกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวที่ร่วมกิจกรรมแล้วสามารถเดินทางถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอีกตำบลหนึ่งที่มีพื้นที่ใกล้เคียงกันได้ เพื่อทำให้เมื่อนักท่องเที่ยวที่มาเยือนสามารถเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์

การท่องเที่ยวของตนเองได้อย่างมีความต่อเนื่อง
พร้อมกันนี้ ควรมีการกำหนดแพ็คเกจการท่องเที่ยว
ของอำเภออุดจัตที่มีการวางแผนการท่องเที่ยวใน
รูปแบบต่างๆ ตามระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวสะดวก
ในการมาเยือน เช่น แพ็คเกจแบบ 1 วัน (ไม่ค้างคืน)
แพ็คเกจ 2 วัน (ค้าง 1 คืน) ซึ่งมีการกำหนดเส้นทาง
ในการเข้าเยี่ยมชมตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ
โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ใน
ทรัพยากรท้องถิ่นชุมชน ซึ่งการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว
จะช่วยลดความกังวลและประหยัดเวลาแก่นัก
ท่องเที่ยวได้ ซึ่งกิจกรรมที่ทางชุมชนสามารถดัดให้
นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมและเรียนรู้ อาทิเช่น
การนำชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ การจัดเข้าชม
การแสดงศิลปวัฒนธรรมของชุมชน การจัดเข้าร่วม
พิธีกรรมหรือประเพณีทางศาสนา ความเชื่อของ
ชุมชน

- ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภออุดจัต
มีสินค้าของฝากจากวิสาหกิจชุมชนที่ขึ้นชื่อคือ
“ถั่วคั่วทราย” ซึ่งมีวิสาหกิจชุมชนผลิตและ
จัดจำหน่ายกระจายอยู่ในตำบลต่างๆ เช่น
บ้านหนองโน บ้านหนองฆ้อง บ้านคำเจริญ เป็นต้น
พร้อมกับมีสินค้าของฝากต่างๆ เช่น ข้าว ผลิตภัณฑ์
จักสาน ผ้าทอมือ ข้าวโพด เป็นต้น ซึ่งหากมีการ
จัดตั้งศูนย์จำหน่ายสินค้าวิสาหกิจชุมชนขึ้นในอำเภอ
อุดจัตที่รวบรวมสินค้าทั้งหมดจากทุกตำบลไว้
จะสร้างความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเลือกซื้อ
สินค้าเพื่อกลับไปเป็นของฝากได้ และเป็นการสร้าง
โอกาสในการขายให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วย แต่ทั้งนี้
ชุมชนควรมีการบริหารจัดการเรื่องสินค้าคงคลังของ
สินค้าที่นำมาลงขายที่ศูนย์จัดจำหน่ายดังกล่าวด้วย
เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความสดใหม่ คงคุณค่าที่ดีเมื่อนัก
ท่องเที่ยวเข้ามาเลือกซื้อ พร้อมจัดทำเอกสาร
การตลาดของศูนย์จำหน่ายควบคู่กันไปด้วยเพื่อสร้าง
การรับรู้แก่นักท่องเที่ยว

- ด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว ชุมชนใน
พื้นที่บางแห่งมีบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวอยู่
จำนวนหนึ่งแล้วที่สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ได้ ดังนั้น ควรมีการแบ่งความรับผิดชอบตามความ
ถนัดและทักษะส่วนบุคคล เช่น การเป็นมัคคุเทศก์
การเป็นผู้ทำอาหาร การเป็นผู้ให้บริการแบบ
โฮมสเตย์ โดยหน่วยงานภาครัฐควรควรมีการจัด
อบรมด้านการบริการสร้างควมมีใจรักในบริการ
(service mind) ความรู้พื้นฐานทางด้านการ
ท่องเที่ยวให้กับประชาชนในชุมชนที่มีความสนใจ
ในการเป็นบุคลากรสนับสนุนการท่องเที่ยวของ
อำเภออุดจัต ทั้งนี้ ควรดำรงวิถีชีวิตอีสานของชุมชน
ไว้เป็นสำคัญ เพื่อให้เป็นสิ่งที่ดึงดูดที่น่าสนใจในการมา
เที่ยวก่อนนักท่องเที่ยวต่างถิ่น พร้อมสามารถแนะนำ
และถ่ายทอดความรู้จากการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว
ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

- ด้านสภาพแวดล้อมและลักษณะกายภาพ
ในชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว ควรมีการคงไว้
ซึ่งลักษณะความเป็นชนบทอีสานที่สามารถเป็น
จุดขายที่น่าสนใจให้นักท่องเที่ยว พร้อมกับมีการ
จัดระเบียบความสะอาดเรียบร้อยของบริเวณถนน
ตามเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ
รวมถึง การตั้งร้านค้าขายของต่างๆ ริมถนนของ
ชาวบ้านในชุมชนให้มีความปลอดภัยต่อการสัญจร
และเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ถึงวิถีชีวิต
ความเป็นอยู่ของชุมชนได้ดียิ่งขึ้น ควรมีการจัดตั้ง
ศูนย์การเรียนรู้วิถีชุมชนภายในชุมชนที่มีศักยภาพใน
ด้านต่างๆ เช่น ศูนย์การเรียนรู้การจักสาน
ศูนย์การเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนถั่วคั่วทราย
ศูนย์การเรียนรู้เชิงประวัติศาสตร์ เป็นต้น

- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการ
ท่องเที่ยว ภาครัฐและชุมชนในพื้นที่อำเภออุดจัตควร
มีการจัดบริการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน
เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ศูนย์ให้ข้อมูลและ
ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอำเภออุดจัตและ
ประจำตำบลต่างๆ ที่จะคอยให้ข้อมูลในการ
ท่องเที่ยวในอำเภออุดจัต และมีการบริการอำนวยความสะดวก
ให้นักท่องเที่ยว เช่น การเสนอแพ็คเกจ
การท่องเที่ยวในพื้นที่ การประสานงานติดต่อไปยัง
จุดบริการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การจองที่พัก การจอง

บริการรถเช่า การจองเวลาเข้าเยี่ยมชมวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น ที่พักแบบโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน ห้องน้ำสาธารณะที่ถูกสุขลักษณะ การบริการรถรับส่งจากแหล่งท่องเที่ยว บริการรถขนส่งสาธารณะที่สามารถไปถึงยังแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ การบริการของร้านค้าประเภทต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ การมีความปลอดภัยในการเดินทาง เช่น การติดป้ายบอกทางตามถนนเส้นทางหลักที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการจัดอุปกรณ์ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว เช่น จักรยาน ร่มกันแดด

3) นโยบายด้านราคา

- การกำหนดราคาการบริการทางการท่องเที่ยว ควรมีการกำกับติดตามระดับราคาของสินค้าและบริการในพื้นที่ให้มีมาตรฐานเดียวกัน และมีการกำหนดอัตราค่าบริการในการท่องเที่ยว โดยอาจมีการกำหนดเป็นราคาแบบเหมาจ่ายของบริการทั้งหมด โดยรวมค่าที่พัก อาหาร และกิจกรรมที่ทางชุมชนจัดไว้ให้นักท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พักแบบโฮมสเตย์ ค่าอาหารแบบท้องถิ่นอีสาน ซึ่งทางชุมชนในพื้นที่ต้องมีการแบ่งค่าบริการออกเป็นอัตราค่าบริการรายบุคคลหรือรายกลุ่มไว้ให้นักท่องเที่ยวเลือกรับบริการตามความต้องการ สำหรับระดับราคาของสินค้าวิสาหกิจชุมชน เช่น ของฝากประเภทอาหาร ของฝากประเภทเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ของฝากประเภทงานจักสาน เป็นต้น ควรมีให้เลือกหลายระดับราคา ตามประเภทของสินค้า และปริมาณของสินค้า ทั้งนี้ ควรมีการกำหนดมาตรฐานและความปลอดภัยของสินค้าและบริการด้วย

4) การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย

- ควรมีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวชุมชนอำเภอภูผาหมื่น พร้อมมีการจัดทำ website หรือ fan page และระบบ call center ผ่าน social media เพื่อเป็นช่องทางตรงที่สามารถให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของอำเภอภูผาหมื่นแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจได้อย่างชัดเจน และนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนในช่วงฤดูกาลหรือเทศกาลต่างๆ

ตามประเพณีท้องถิ่น พร้อมทั้งดำเนินการประสานกลุ่มผู้นำชุมชนของหน่วยงานในท้องถิ่น เช่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในการจัดจำหน่าย การให้บริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการประสานงานกับหน่วยงานประจำจังหวัดที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดอุดรธานี

5) การสื่อสารทางการตลาด

- ชุมชนควรมีการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดที่หลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ พร้อมกับมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ โดยใช้การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ผ่าน fan page หรือ website ของศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวภูผาหมื่นที่จัดตั้งขึ้น พร้อมลงภาพถ่ายหรือวิดีโอกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับสื่อออฟไลน์ใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านเวทีการประชุมท้องถิ่นและระดับประเทศ และสื่ออื่นๆ ร่วมด้วย เช่น วิทยุชุมชน การแจกแผ่นพับ การติดป้ายประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ และมีเอกสารนำเที่ยวแนะนำจุดท่องเที่ยวที่สำคัญของพื้นที่ แนะนำแนวทางในการเยี่ยมชม ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวควรมีการตั้งกลุ่มสนับสนุนการท่องเที่ยวให้กับหน่วยงานราชการในพื้นที่ เช่น ชมรมอาสาสมัครเฝ้ารักษาป่า กลุ่มเยาวชนมัคคุเทศก์อาสา และส่งเสริมการจัดทำแผ่นพับ โปสเตอร์ และเอกสารเย็บเล่ม ออกเผยแพร่ในหน่วยงานทางการท่องเที่ยว สถานศึกษาในจังหวัด พร้อมแจกจ่ายสื่อประชาสัมพันธ์ไปที่กลุ่มวิสาหกิจในชุมชนทุกกลุ่ม โดยเป็นเอกสารที่สามารถสื่อให้เห็นถึงการนำเสนอข้อมูลที่รวบรวมจากทุกชุมชนเป็นเครือข่ายกัน ซึ่งหากมีนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวแหล่งหนึ่งก็อาจจะรู้จักแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเครือข่ายกัน เป็นการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไปสู่ความยั่งยืน และสามารถพึ่งพาตนเองได้

- ควรมีการแต่งตั้งเจ้าหน้าที่ท่องเที่ยวชุมชนซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานราชการและตัวแทนกลุ่มที่ได้รับการคัดเลือกจากชุมชนทำหน้าที่กำหนดแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยมีส่วนร่วม

ร่วมของชุมชน ทำการวางแผนการสื่อสารทางการตลาดและวางแผนกำลังบุคลากรเพื่อให้บริการทางการท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ฝ่ายประชาสัมพันธ์และโฆษณา เจ้าหน้าที่ติดตามและศึกษาภาวะการตลาดทางการท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้งการประสานงานกับกลุ่มวิสาหกิจในชุมชน เพื่อให้มีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับกิจกรรมการทางการตลาดของชุมชนที่ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ควรมีการกำหนดพื้นที่ท่องเที่ยวแต่ละประเภทให้ชัดเจน เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่นำเสนอความเป็นธรรมชาติ ความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ หรือเชิงเกษตรที่ให้ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือหน่วยงานในท้องถิ่น วิสาหกิจชุมชน เพื่อประสานความร่วมมือในชุมชนเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักท่องเที่ยวด้วยการดูแลอย่างจริงจังเป็นกันเอง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ดีและต้องการกลับมาเที่ยวอีกได้

อภิปรายผลการศึกษา

การกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอภูคดจับ จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวในอำเภอภูคดจับเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะป่าไม้ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งยังมีการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาที่เป็นตำนานเล่าขานถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน ซึ่งการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์นี้ถือได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภอภูคดจับนั้น แม้จะมีความได้เปรียบด้านทรัพยากรทางธรรมชาติเป็นต้นทุนอยู่แล้ว แต่สิ่งที่มีความสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนให้มีความยั่งยืนยังต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างให้กิจกรรม

การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับการศึกษาเรียนรู้และประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยอาจเป็นการเชื่อมโยงประสบการณ์เรียนรู้กับประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่ เพื่อก่อให้เกิดความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การอนุรักษ์และเกิดความร่วมมือกันของคนในชุมชน

อีกทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้และทักษะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญต่อการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ทั้งทางสังคมวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวควบคู่กับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ต้องเร่งดำเนินการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแก่ทุกภาคส่วน รวมทั้งการส่งเสริมและผลักดันให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและในทุกองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sitikarn (2013) ที่ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ประสบความสำเร็จจะต้องเกิดขึ้นในทุกกระบวนการพัฒนาตั้งแต่ขั้นตอนการตัดสินใจ การวางแผนการดำเนินการ การประเมินและติดตามผลการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และการร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน เพื่อให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของและเกิดความหวงแหนและตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในพื้นที่ อีกทั้งในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนนั้นจำเป็นที่จะต้องสร้างเอกลักษณ์และจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งหากแหล่งท่องเที่ยวนั้น

มีเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นก็จะสามารถสร้างความประทับใจและการจดจำให้กับนักท่องเที่ยวและสร้างโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lee and Hsieh (2016) และ Wetchaninnart (2016) ซึ่งเห็นว่าแนวทางการพัฒนาศักยภาพทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์คือ ร่วมกันค้นหาและสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดรายการนำเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ คำนึงผลกระทบโดยรวมของการท่องเที่ยวกับผลประโยชน์ที่ได้รับ และรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องมีการทำงานร่วมกันในการวางแผนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อย่างไรก็ตามอุปสรรคที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวในอำเภออุตุจวบคือบุคลากรที่เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ขาดความรู้และทักษะในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนและประชาชนในท้องถิ่นยังขาดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งในด้านการคิด การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน และการติดตามผล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Sokklang (2015), Ritdej (2015) และ Poonak (2015) ซึ่งให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Lopez-Guzman *et al.* (2011) ที่ทำการศึกษากการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศเอลซัลวาดอร์ พบว่าการรับรู้ของชุมชนในท้องถิ่นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถสร้างงานและสร้างความมั่งคั่งได้ แต่ทั้งนี้ควรมีการฝึกอบรมทางเทคนิคจากหน่วยงานเอกชนและสถาบันต่างๆ ให้กับชุมชนก่อน อีกทั้งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ Boontasorn *et al.* (2014) ที่มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการส่งเสริมให้มีการพัฒนาเครือข่ายของกลุ่ม ภาครัฐควรจัดสรรงบประมาณอบรมความรู้เรื่อง E-commerce

ควรนำผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนในท้องถิ่นผสมผสานกับวัฒนธรรมชุมชน ประยุกต์ใช้ในเชิงธุรกิจท่องเที่ยว เตรียมความพร้อมของชุมชนในการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี สร้างจิตสำนึกในการบริการให้เกิดขึ้นกับชุมชน

ด้านแนวทางการพัฒนาการจัดการการตลาดท่องเที่ยวของอำเภออุตุจวบ จังหวัดอุดรธานีควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของอำเภออุตุจวบเพื่อทราบกลุ่มเป้าหมายที่จะวางแผนกลยุทธ์การตลาด ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และสร้างจุดขายหรือจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวในอำเภออุตุจวบและตัดสินใจเลือกเข้ามาท่องเที่ยว ทั้งนี้ การจัดการการตลาดของอำเภออุตุจวบนั้น ควรมีการนำกลยุทธ์ ส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดมาใช้ในวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้การวางแผนกลยุทธ์การตลาดด้านการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Noo-urai and Jaroenwisan (2014) ที่ได้นำเสนอแนวความคิดการตลาดอย่างยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยเครื่องมือทางการตลาด 10 ประการ (10Ps) คือ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการตลาด (promotion) ผู้มีส่วนร่วม (participants) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence) กระบวนการ (process) แพคเกจท่องเที่ยว (packaging) การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว (programming) และพันธมิตร (partnership) มาใช้ในการวางแผน การจัดการ การปฏิบัติการ ควบคุมทรัพยากรและโปรแกรมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

พร้อมกันนี้ควรมีการดึงศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนขึ้นมาอย่างเป็นรูปธรรม นำภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานมาใช้ในการถ่ายทอด

ประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง เพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัวและสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง สอดคล้องกับการศึกษาของ Pradit and Premprasit (2014) ที่ทำการศึกษาสภาพบริบทชุมชน ทำให้ทราบถึงอาชีพหลักของชาวบ้าน การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ เช่น วัด โบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งชาวบ้านได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อทำเป็นอาชีพเสริมและเพื่อสร้างรายได้เป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและอนุรักษ์ภูมิปัญญา และมีความต้องการการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด โดยมีการนำเสนอในการประชุมเชิงปฏิบัติในด้านการตลาด จัดทำเป็นคู่มือการบริหารจัดการการตลาดและการท่องเที่ยวที่เหมาะสมได้เป็นอย่างดี

สรุป

จากการวิจัยครั้งนี้ได้ทราบถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในการวางแผนกลยุทธ์ การกำหนดอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ และด้านประเพณีวัฒนธรรม สร้างการรับรู้ให้แหล่งท่องเที่ยวด้วยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทั้ง online และ offline เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว ผ่านความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และจัดกิจกรรมพิเศษอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปีเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีชีวิตชีวา ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวในลักษณะนี้จะทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณเครือข่ายบริหารงานวิจัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โครงการวิจัยและนวัตกรรมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนฐานราก สำนักงาน

คณะกรรมการการอุดมศึกษา ที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- Boontasorn, N., S. Mana and B. Poltecha. 2014. The development of community marketing and promote tourism for community business enterprise for sustainable tourism of Hunka district, Chainat province. Chandrakasem Rajabhat University Journal 20(39): 39-48. (in Thai)
- Kaswanto. 2015. Land suitability for agro tourism through agriculture, tourism, beautification and amenity (ATBA) method. Procedia Environmental Sciences 24: 35-38.
- Keawmanee, J. 2015. Community-based tourism management in accordance with the philosophy of sufficiency economy of Baan Hua Khao Jean community, Phaktor district, Ratchaburi province. Academic Services Journal Prince of Songkla University 26(2): 1-11. (in Thai)
- Lee, T. and H. Hsieh. 2016. Indicators of sustainable tourism: A case study from a Taiwan's wetland. Ecological Indicators. 67: 779-787.
- Lopez-Guzman, T., S. Sanchez-Canizares and V. Pavon. 2011. Community-based tourism in developing countries: A case study. Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism 6(1): 69-84.
- Noo-urai, N. and K. Jaroenwisana. 2014. Sustainability marketing for tourism.

- Executive Journal 34(2): 3-16. (in Thai)
- Nitikasetsoontorn, S. 2015. The success factors of community-based tourism in Thailand. NIDA Development Journal 55(2): 25-58. (in Thai)
- Office of the National Economic and Social Development Council. 2015. The Twelfth National Economic and Social Development Plan (2017-2021). Office of the Prime Minister, Bangkok. (in Thai)
- Poonak, W. 2015. The potentials of Amphawa community in managing community-based tourism of the Amphawa floating market. Academic Service Journal, Prince of Songkla University 26(1): 63-74. (in Thai)
- Pradit, R. and R. Premprasit. 2014. Potentials and opportunities in tourism development of Khao Kho subdistrict, Phetchabun province. Journal of Social Sciences, Naresuan University 10(2): 128-149. (in Thai)
- Ritdej, T. 2015. Guidelines for developing tourism activities and destination for sustainable tourism of Amphawa floating market Samut Songkram province. Journal of Thai Hospitality and Tourism 10(2): 18-33. (in Thai)
- Saksoong, A. and V. Natee, 2019. A community-based tourism management in the form of cultural for the ASEAN community in the Sathingpra Peninsular, Songkhla province. Thaksin University Library Journal 8: 102-123. (in Thai)
- Sitikarn, B. 2013. Community based tourism in the northern economic corridor of the greater Mekong subregion: A case of Chiang Khong district in Thailand and Luoang Namtha district in Lao PDR. Journal of Perspectives on Development Policy in the Greater Mekong Region, International College of Mekong Region, Chiang Rai Rajabhat University 1(1): 28-46.
- Sokklang, K. 2015. Community's participation of Tharnprasarth Nonsung Nakhonrathasima. RMUTI Journal Humanities and Social Sciences 2(2): 81-91. (in Thai)
- Wetchaninnart, W. 2016. The development of marketing mix of historic sites to promote sustainable tourism in Udon Thani province. Journal of Community Development and Life Quality 4(3): 375-387. (in Thai)