

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองในยุคดิจิทัล

Sustainable Community-Based Tourism Management in Rayong Province in the Digital Era

ภัทรภร จิรมหาโกคา*

Pattaraporn Jiramahapoka

มหาวิทยาลัยสยาม

Siam University

*pattaraporn.jir@siam.edu

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดระยอง และเพื่อเสนอการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองในยุคดิจิทัล พื้นที่ศึกษาได้แก่ ชุมชนที่จัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดระยอง จำนวน 3 ชุมชน ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสนทนากลุ่มย่อย โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม คือ สมาชิกในชุมชนท่องเที่ยวจำนวน 9 คน ผู้นำและกรรมการดำเนินการของชุมชนการท่องเที่ยวจำนวน 8 คน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐจำนวน 2 คน รวม 19 คน การศึกษาครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยพัฒนาจากการศึกษาจากเอกสาร บทความวิจัยและบทความวิชาการ รวมถึงการเก็บข้อมูลภาคสนาม วิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ขอเสนอการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองในยุคดิจิทัล 3 ด้าน ได้แก่ 1) การจัดการด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านการตลาดดิจิทัลและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 3) การจัดการด้านการบริการนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและมีความปลอดภัย

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวโดยชุมชน ยั่งยืน ระยอง ยุคดิจิทัล

Abstract

The objectives of this study are to examine community-based tourism management in Rayong; and propose sustainable community-based tourism management in Rayong in the digital age. The areas of study include three Rayong communities, where in-depth interviews and small group discussions were conducted to examine community-managed tourism. The key informants are classified into three groups: Group 1 includes nine individuals from the tourism community; Group 2 is composed of leaders and directors from the tourism community, specifically, eight individuals; and Group 3 consists of two government officials, for a total of 19 participants. This study is qualitative and uses a specific sampling method. The methods used in this study include semi-structured interviews that developed from previous studies, research articles, and academic papers, as well as field data collection. The data is examined through content analysis, and the descriptive data is presented. In addition, three sustainable community-based tourism management techniques are proposed for the Rayong Province in the digital era: 1) tourism personnel management; 2) digital marketing management and community-based tourism public relations; and 3) quality and safety management of tourist services.

Keywords : community-based tourism, sustainable, Rayong, digital era

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดระยอง ตั้งอยู่ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว นับว่ามีความหลากหลายทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนกับครอบครัว เพื่อนฝูง จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แหล่งข้อมูลที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในจังหวัดระยองคือจากสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ค้นหาข้อมูลด้านเส้นทางการเดินทางผ่าน GPS เป็นหลัก (Yaemsuksawat et al., 2019) จังหวัดระยองเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความโดดเด่นในการผลิตสินค้าเกษตรกรรม และยังสามารถชื่อว่าเป็นเมืองที่สวยงามเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลากหลายกลุ่ม เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (Suvarnakuta et al., 2020) การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดระยอง (Agro-tourism) เป็นรูปแบบการบูรณาการจัดการจัดการการท่องเที่ยวกับทรัพยากรทางธรรมชาติ มีความสามารถในการเพิ่มรายได้สู่ภาคเกษตรกรรมจากผลไม้มูลค่าทางเศรษฐกิจสูง และสอดคล้องกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรทางธรรมชาติ และการมีวิสาหกิจชุมชนท้องถิ่นที่มีบทบาทในการบริหารจัดการสินค้าของชุมชน ในยุคปัจจุบันที่พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทำการค้นหาข้อมูลการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหารด้วยตนเอง การใช้เครื่องมือดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนท้องถิ่น จากการศึกษาข้อมูลข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองในยุคดิจิทัล

หลักการและเหตุผล

จังหวัดระยองเป็นหนึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกที่เป็นแหล่งพื้นที่ที่มีการส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยพบว่ามีการพัฒนาต้นแบบที่ได้รับมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย (CBT Thailand) ในปี พ.ศ. 2563 โดยผ่านเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Criteria: GSTC) ในจังหวัดระยองคือ ชุมชนบ้านทะเลน้อย จังหวัดระยอง โดยในปี พ.ศ. 2564 องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) มุ่งเน้นพัฒนาพื้นที่ต้นแบบเพื่อสร้างการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามเกณฑ์ GSTC ตามองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม (Day & Romanchek, 2020) จากการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคตะวันออกของประเทศไทย โดย Srigetand & Ngernklay (2021) พบว่า ชุมชนจะประสบความสำเร็จได้จำเป็นต้องมีมาตรฐานตามหลัก GSTC สิ่งสนับสนุนให้เกิดความสำเร็จประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ 1) การมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนของประชาชน 2) บทบาทของผู้นำชุมชนและคณะกรรมการ 3) การสนับสนุนจากเครือข่ายภายในชุมชน และ 4) การสนับสนุนจากเครือข่ายภายนอกชุมชน

จากการศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดระยองเพื่อความยั่งยืนในยุคดิจิทัลพบว่า ยังมีสิ่งสำคัญที่พึงส่งเสริมและพัฒนาเพื่อให้ยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ใช้เกณฑ์ GSTC เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยแบ่งองค์ประกอบตามเกณฑ์ GSTC ประกอบไปด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริหารจัดการด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ มีข้อจำกัดในเรื่องช่องทางการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงคนในชุมชน อาทิ เจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์มีข้อจำกัดในการสื่อสารสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่คุ้นชินกับการใช้สมาร์ทโฟนและภาษาต่างประเทศ

2. ด้านเศรษฐกิจ สินค้าชุมชนมีลักษณะเป็นสินค้าท้องถิ่นที่ขึ้นชื่อและหาได้ยาก ประกอบไปด้วยวิถีชีวิตชุมชน ดังนั้นการยกระดับมูลค่าของสินค้าที่ระลึก-ของฝากให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และมีมาตรฐานอย่างเหมาะสม จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องพัฒนาต่อไป ยกตัวอย่างเช่น สินค้าทางการเกษตรผลไม้อบแห้ง ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทะเล สินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่นประมง โดยเฉพาะน้ำปลาและกะปิที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับคำขวัญของจังหวัดระยองคือ “ผลไม้รสล้ำ อุตสาหกรรมก้าวหน้า น้ำปลารสเด็ด เกษะเสม็ดสวยหรู สุนทรภู่กวีเอก” เป็นต้น (Sricharoenpramong et al., 2021)

3. ด้านสังคม การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว ส่งเสริมให้มีทักษะและคุณภาพการบริการ การเป็นเจ้าของที่ดี การสื่อสารกับนักท่องเที่ยวอย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมถึงการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวันขั้นพื้นฐาน

4. ด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวและการดูแลเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดระยอง
2. เพื่อเสนอการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองในยุคดิจิทัล

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนคือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับคนในท้องถิ่นที่จะต้องมีส่วนสำคัญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว (Sarobol, 2004) นับตั้งแต่กระบวนการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ และร่วมบริหารจัดการในกิจกรรมต่าง ๆ โดยอาศัยการเรียนรู้ร่วมกันทั้งเจ้าบ้านและผู้มาเยือนผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานเป็นองค์ความรู้ท้องถิ่นที่ผ่านการส่งมอบมาจากรุ่นสู่รุ่น อาทิเช่น การประกอบอาหารท้องถิ่น ยาสมุนไพรพื้นบ้าน งานหัตถกรรมต่าง ๆ (Pakshir & Nair, 2011) แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงอาศัยการมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นสำคัญเพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกันทั้งจากเจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน (Kaewnuch, 2018)

ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนอาจกล่าวได้ว่าเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน จึงควรมีหลักการที่สำคัญ ประกอบไปด้วยชุมชนเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วม มีอำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment) มีส่วนในการช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับการจัดสรรผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม และคำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ความท้าทายคือการทำให้ผู้มาเยือนและเจ้าบ้านเกิดกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Long Life Learning) โดยแสดงความเคารพและให้เกียรติความแตกต่างทางความเชื่อและวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ (Gray & Wood, 1991; Manirochana, 2017)

แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวตามเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council's Sustainability Criteria: GSTC Criteria)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายหน่วยงานเกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (GSTC's Partnership) เกณฑ์การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสำหรับแหล่งท่องเที่ยวของ GSTC (Bricker & Schultz, 2011; Day & Romanchek, 2020) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึงการบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม มรดกทางวัฒนธรรม สุขภาพอนามัย และด้านความปลอดภัย จากการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคตะวันออกของประเทศไทยของ Srigetand & Ngernklay (2021) พบว่า แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จประกอบไปด้วย 4 ประการ ได้แก่ 1) ชุมชนต้องจัดการการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานตามหลักการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลกและต้องรักษาอัตลักษณ์ชุมชนและรักษาไว้ซึ่งความเป็นชุมชน 2) ชุมชนต้องมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง 3) ผู้นำและคณะกรรมการต้องสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมกิจกรรมสาธารณะของชุมชน และ 4) ผู้นำชุมชนและคณะกรรมการควรสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชน

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงอาจสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมีมาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล (Digital Sustainable Tourism)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยหน่วยงานขององค์การสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาริเริ่มกำหนดนโยบายส่งเสริมให้มีการผลิตและบริการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อเป้าหมายเพื่อการผลิตและบริการที่ยั่งยืน (Sakdivorapong, 2013) ด้านแนวคิดของ Butler (1999) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะต้องประกอบไปด้วย การจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ได้รับการยอมรับจากชุมชนและสอดคล้องกับการพัฒนากิจกรรมของชุมชน การท่องเที่ยวมีเป้าหมายในการพัฒนาที่คำนึงถึงธรรมชาติ ชุมชน ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Ellul (1996) ที่ให้ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม มรดกทางสังคม สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกับสร้างผลตอบแทนให้กับผู้ประกอบการ และพยายามอย่างยิ่งที่จะลดการสร้างผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่น

แนวคิดการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing)

แนวคิดด้านการตลาดถูกพัฒนาจากรากฐานทางด้านเศรษฐศาสตร์ การนำการตลาดดิจิทัลมาใช้เพื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นข้อได้เปรียบในการนำเสนอข้อมูลทางการท่องเที่ยวและบริการที่นักท่องเที่ยวสามารถไว้วางใจได้ การปรับใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการดำเนินงานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับชุมชน ให้ทันกับกระแสโลกและสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่พึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น (Mungkalarungsi et al., 2021) รูปแบบการแลกเปลี่ยน (Exchange Platform) จะช่วยส่งเสริมด้านการตลาดให้กับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทุกที่ ทุกเวลาจากทั่วทุกมุมโลก การสร้างความไว้วางใจในการใช้บริการโดยการเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการและสินค้าได้ (Feedback System) ระบบที่มอบความสะดวกสบายให้แก่ผู้ใช้บริการ และผู้ให้บริการยังสร้างความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ให้เกิดความโปร่งใสที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความยั่งยืนในการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชน

จากการศึกษาเรื่องนวัตกรรมสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิถีแห่งความยั่งยืนของชุมชนบ้านโคกประดู่ ตำบลมหาโพธิ อำเภอสระโบสถ์ จังหวัดลพบุรี (Joomponpong et al., 2020) พบว่า การนำสื่อดิจิทัลมาใช้ประโยชน์ในการนำเสนอเรื่องราวผ่านทางออนไลน์ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักชุมชนมากขึ้น และคุณภาพของเนื้อหาต้องมีความถูกต้องและชัดเจนซึ่งมีผลอย่างมากทางการตลาด เนื้อหาจะต้องมีจุดขายที่น่าสนใจของการท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้านการออกแบบและเผยแพร่นวัตกรรมสื่อดิจิทัลจะต้องแสดงผลให้เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน และสามารถแสดงข้อมูลรูปภาพ ตัวอักษรได้อย่างรวดเร็ว และใช้ช่องทางที่หลากหลาย อาทิ เว็บไซต์ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ เป็นต้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ขอบเขตของการศึกษานี้มุ่งเน้นศึกษาการท่องเที่ยว โดยชุมชนในเขตการท่องเที่ยว โดยศึกษาจากเอกสาร บทความวิจัยและบทความวิชาการ รวมถึงการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำการศึกษาเพื่อให้สามารถสะท้อนถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและบริการในท้องถิ่น

ขอบเขตด้านพื้นที่ เป็นการศึกษารายกรณี โดยมีการกำหนดพื้นที่แบบเจาะจง ในเขตพื้นที่จังหวัดระยองซึ่งหน่วยที่ใช้วิเคราะห์ ประกอบด้วยการท่องเที่ยวโดยชุมชนในตำบลทางเกวียน การท่องเที่ยวโดยชุมชนในตำบลปากน้ำประแส และการท่องเที่ยวโดยชุมชนในตำบลปากน้ำ เหตุผลในการเลือกชุมชนดังกล่าว เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เข้มแข็งมีความโดดเด่น มีผู้นำชุมชนที่บริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว และมีบริบทด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามเพื่อเป็นตัวแทนในการสะท้อนประเด็นที่ทำการศึกษาในครั้งนี้

ขอบเขตด้านเวลา ทำการศึกษาในช่วงเดือนตุลาคม 2564 – มีนาคม 2565 เพื่อให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทิศทาง และการดำเนินงานเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่ควรมากไปหรือน้อยเกินไปจนทำให้ยากต่อการวิเคราะห์ข้อมูล ขนาดที่เหมาะสมที่จะสามารถทำให้ข้อมูลอิ่มตัวได้อยู่ระหว่าง 6-10 กลุ่มตัวอย่าง (Flick, 2004; Qu & Dumay, 2011)

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการพิจารณาถึงขนาดกลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาจากข้อมูลที่ได้ ไม่มีข้อมูลซ้ำหรือไม่มีสาระสำคัญใหม่ (Redundancy) เมื่อผู้วิจัยได้สัมภาษณ์จนข้อมูลอิ่มตัวแล้วจะสามารถทราบถึงขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมได้ (Gentles et al., 2015) ในการศึกษาครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจงเป็นผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญในประเด็นที่ศึกษา (Clark & Vealé, 2018) การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มย่อยรวมทั้งสิ้น 19 คน บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในตำบลทางเกวียน การท่องเที่ยวโดยชุมชนในตำบลปากน้ำประแส และการท่องเที่ยวโดยชุมชนในตำบลปากน้ำ สามารถจำแนกได้ 3 กลุ่ม ได้แก่

1. สมาชิกในชุมชนท่องเที่ยว ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสุ่มแบบเจาะจงจำนวน 9 คน หรือจนกว่าจะได้ข้อมูลซ้ำ และผู้วิจัยใช้ตัวอักษรย่อแทนกลุ่มตัวอย่างคือ M
2. ผู้นำและกรรมการดำเนินการของชุมชนการท่องเที่ยว จำนวน 8 คน และผู้วิจัยใช้ตัวอักษรย่อแทนกลุ่มตัวอย่างคือ L
3. เจ้าหน้าที่ภาครัฐ สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดระยอง จำนวน 2 คน และผู้วิจัยใช้ตัวอักษรย่อแทนกลุ่มตัวอย่างคือ G

โดยกำหนดเกณฑ์คุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลคือ ต้องประสงค์ให้ข้อมูลด้วยความเต็มใจและยินยอม ด้วยความสมัครใจ โดยได้รับการตอบรับทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) หรือวาจาทางโทรศัพท์ เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางการแพทย์โดยชุมชน และอาศัยอยู่ในชุมชนไม่น้อยกว่า 5 ปี มีอายุไม่ต่ำกว่า 25 ปีบริบูรณ์ในวันให้ข้อมูล และเป็นผู้มีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง มีความพร้อมทั้งทางร่างกาย และจิตใจ มีความยินดีในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้การตรวจสอบหาความเที่ยงตรงของเนื้อหา ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่จริง ซึ่งเครื่องมือวิจัยดังกล่าวได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้จากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว และการโรงแรมในระดับอุดมศึกษา จำนวน 3 ท่าน หลังจากปรับแก้ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญแล้ว ผู้วิจัยจึงส่งเครื่องมือวิจัยเพื่อให้ได้รับการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (The Institutional Review Board: IRB)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดระยอง

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองในยุคดิจิทัล

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา โดยให้อิสระในการตอบคำถามในเรื่องอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข้อจำกัดของแบบสัมภาษณ์ดังนี้

1) มีข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการเก็บข้อมูลในการวิจัย การนัดหมายเพื่อเข้าสัมภาษณ์ วัน และเวลาที่นัดหมายบางครั้งมีความคลาดเคลื่อน ทำให้ผู้วิจัยจำเป็นต้องทำการนัดหมายใหม่อีกครั้ง เมื่อเดินทางไปถึงสถานที่นัดพบแล้ว

2) ด้านงบประมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล การลงพื้นที่ในการศึกษามีค่าใช้จ่ายในเรื่องการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

3) ความปลอดภัยในการเข้าเก็บข้อมูล การเข้าถึงชุมชน ความไม่คุ้นชินในเส้นทางการเดินทาง สาเหตุของการเลือกใช้รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก ในการวิจัยครั้งนี้ต้องการข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการศึกษาภายใต้ขอบเขตเนื้อหา แนวคิด และทฤษฎีที่กำหนดไว้ การได้สื่อสารโดยตรงกับผู้ให้ข้อมูลเป็นประโยชน์ในการเก็บข้อมูลที่มีข้อมูลและภาษาทางวิชาการเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยได้มีโอกาสในการทำความเข้าใจให้ตรงกันโดยการอธิบายเพิ่มเติมถึงความหมายของข้อคำถามอย่างชัดเจน รวมถึงได้รับข้อมูลอันเป็นประโยชน์นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์ และได้เห็นบรรยากาศสถานที่จริงของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ใช้ในการศึกษา ดังนั้นการสัมภาษณ์จึงมีความเหมาะสมสำหรับการศึกษาคั้งนี้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการส่งแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเข้าสัมภาษณ์ และขออนุญาตในการเก็บข้อมูล โดยการจดบันทึก บันทึกเสียง และบันทึกภาพล่วงหน้า ซึ่งผู้สัมภาษณ์ให้

การยินยอม ซึ่งผู้วิจัยได้ส่งข้อความผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ก่อนเข้าเก็บข้อมูลและโทรศัพท์เพื่อประสานงานวัน เวลา และสถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวกในการเก็บข้อมูล

1) การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากการลงพื้นที่ในจังหวัดระยอง

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ จากเอกสาร บทความวิจัยและบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมถึงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ภาพถ่าย

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและการลงภาคสนามมาสรุปและวิเคราะห์ผลเชิงคุณภาพ ตรวจสอบความแม่นยำตรงเชิงเนื้อหาและความถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ทางภาษา ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า โดยนำข้อมูลภาคสนามและข้อมูลจากการวิจัยที่แตกต่างกันมาเปรียบเทียบและยืนยันความตรงของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ บุคคล และเนื้อหาที่แตกต่างกัน (Decrop, 1999)

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองในยุคดิจิทัล จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มย่อย รวมทั้งสิ้น 19 คน พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลัก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 57.9 และเพศชาย จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 ระดับอายุของผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่คือ 36-45 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาคือ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 31.6 คน คิดเป็นร้อยละ 35 และ 25-36 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25

ข้อคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปทิศทางเดียวกันในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสมดุลกับวิถีชีวิตชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลร่วมให้ข้อคิดเห็นดังต่อไปนี้

- ตัวแทนจากผู้นำและกรรมการดำเนินการของชุมชนการท่องเที่ยว (L) คนที่ 3, การสัมภาษณ์, 20 มกราคม 2565 “...การพัฒนาการท่องเที่ยวจะพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ ที่จะต้องรักษาอัตลักษณ์ชุมชนเอาไว้เป็นจุดขาย...”

- ตัวแทนจากผู้นำและกรรมการดำเนินการของชุมชนการท่องเที่ยว (L) คนที่ 5, การสัมภาษณ์, 20 มกราคม 2565 “...เวลามีงานแสดงสินค้าในเมืองก็ได้ขายสินค้าชุมชน มีรายได้ คนก็อยากมีส่วนร่วม ต้องทำให้เค้าเห็นประโยชน์ ลูกเค้าเห็นของก็อยากสั่งของออนไลน์...”

- ตัวแทนจากผู้นำและกรรมการดำเนินการของชุมชนการท่องเที่ยว (L) คนที่ 7, การสัมภาษณ์, 31 มกราคม 2565 “...ประโยชน์ที่ได้ในมิติชุมชน สังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นแรงจูงใจในการเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานเพื่อส่วนร่วมโดยอาศัยจิตสำนึก และสร้างจิตสาธารณะแก่คนรุ่นใหม่...”

- ตัวแทนจากผู้นำและกรรมการดำเนินการของชุมชนการท่องเที่ยว (L) คนที่ 8, การสัมภาษณ์, 31 มกราคม 2565 “...อยากมีบทเรียนเข้าไปในสถาบันการศึกษา เด็กจะได้ซึมซับกฎระเบียบ ความปลอดภัย ความรับผิดชอบต้องรู้ การป้องกันอุบัติเหตุ ไม่ประมาท สะอาดทุกช่วงเวลา คนก็อยากมา...”

- ตัวแทนจากเจ้าหน้าที่ภาครัฐ (G) คนที่ 1, การสัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2564 “...คนในชุมชนจะต้องร่วมมือร่วมใจกันเพื่อผลักดันการทำงานและสร้างความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในทุกมิติ ภายใต้ความเสมอภาคและความเป็นธรรม...”

ผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดระยองสรุปได้ดังนี้ รูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่เป็นรูปแบบของการบริหารจัดการในชุมชนคนในท้องถิ่นมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ และร่วมรับผลประโยชน์อย่างเสมอภาคและเป็นธรรม โดยมีหน่วยงานภาครัฐบาลเข้าไปสนับสนุนอยู่ ในรูปแบบของงบประมาณการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษาเข้าไปให้องค์ความรู้ในการบริหารจัดการ อาทิ โครงการแนวทางการพลิกฟื้นชุมชนท้องถิ่นสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืนของชุมชน โดยพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ที่ต้องการรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนไว้เพื่อเป็นจุดขาย สอดคล้องกับแนวคิดของ Daosomboon (2021) ที่ศึกษาเรื่องการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น แต่ปัญหาที่พบยังมีอยู่ อาทิ ความขัดแย้งของชุมชน การขาดความสามัคคีกัน และปัญหาด้านการสื่อสารที่ไม่เข้าใจกันของภาครัฐและชุมชน ทั้งหมดนี้สามารถแก้ไขได้ด้วยการมีตัวแทนจากสถาบันการศึกษาเข้าไปประสานให้ข้อมูลและเจรจาเพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของแต่ละฝ่ายได้ ปัญหาถัดมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน โดยที่ผ่านมามีต้องรอการจัดงานแสดงสินค้า ณ ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ จึงจะเป็นโอกาสในการจำหน่ายสินค้าที่สร้างรายได้สูงให้กับชุมชน การปรับใช้ดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์อาจเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยกระจายสินค้าจากชุมชนไปสู่ลูกค้าเป้าหมายได้ในอนาคต

ผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ที่ 2 การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองในยุคดิจิทัล ข้อเสนอเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน จากการสนทนากลุ่มย่อยจำนวน 3 กลุ่ม ๆ ละ 3 คน รวมทั้งสิ้น 9 คน เกณฑ์การคัดเลือกคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดระยอง ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มที่ 1 ผู้นำชุมชน กลุ่มที่ 2 ผู้ประกอบการที่พักโฮมสเตย์ และกลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว ประชาชนชาวบ้านและผู้อาวุโสท้องถิ่น

- ตัวแทนสมาชิกในชุมชนท่องเที่ยว (M) คนที่ 1, การสนทนากลุ่ม, 13 ตุลาคม 2564 “...ทุกคนอยากทำแต่เวลาไม่สัมพันธ์กัน มีผู้สูงอายุเยอะ มีปัญหาผู้นำชุมชนในการทำงานร่วมกัน อยากทำให้เป็นหนึ่งเดียวกัน”

- ตัวแทนสมาชิกในชุมชนท่องเที่ยว (M) คนที่ 2, การสนทนากลุ่ม, 13 ตุลาคม 2564 “...พอมีโควิดนักท่องเที่ยวก็หายไปเยอะ ต้องสร้างความเชื่อมั่น เรื่องความปลอดภัยทั้งชีวิต ทรัพย์สิน และโรคระบาด”

- ตัวแทนสมาชิกในชุมชนท่องเที่ยว (M) คนที่ 6, การสนทนากลุ่ม, 10 ธันวาคม 2564 “...อยากให้นักธุรกิจ ให้ลูกค้าได้เห็นสินค้า การใช้ดิจิทัลช่วยได้มาก จะได้ขายสินค้าชุมชนมากขึ้น”

- ตัวแทนสมาชิกในชุมชนท่องเที่ยว (M) คนที่ 8, การสนทนากลุ่ม, 10 ธันวาคม 2564 “...นักท่องเที่ยวก็หาข้อมูลก่อนมา ต้องติดต่อนัดหมายก่อนเข้ามา ส่วนใหญ่ก็มาเพราะเห็นรูปสวย”

จากผลการศึกษาพบว่า จากการสนทนากลุ่มย่อย การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยอง ด้านความพร้อมของภาครัฐกับภาคชุมชน ควรเน้นที่การสื่อสารเพื่อให้เข้าใจถึงปัญหาและความต้องการที่แท้จริง จึงจะสามารถต่อยอดพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและบริการ ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น สิ่งสำคัญที่ต้องการคือความสามัคคีในชุมชน ผู้นำชุมชนคือกุญแจสำคัญที่จะนำไปสู่เป้าหมายในทิศทางเดียวกัน ประโยชน์ที่ได้กับชุมชนมีทั้งมิติของภาคเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดรายได้ ภาคสังคม มีคุณภาพ

ชีวิตดีขึ้น มีโอกาสในการพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม การเข้ามามีส่วนร่วมทำให้เกิดกิจกรรม อาทิ การจัดการขยะ การคัดแยกเศษอาหาร การทำความสะอาดปลูกป่า เป็นกิจกรรมที่ดี ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ร่วมกัน ข้อเสนอแนะคือ การสร้างช่องทางดิจิทัลเพื่อติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ให้เป็นช่องทางให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยว รวมถึงเพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชนได้

อภิปรายผลการวิจัย

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองในยุคดิจิทัล 3 ด้านได้แก่ การจัดการด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว การจัดการด้านการตลาดดิจิทัลและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการจัดการด้านการบริการนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและมีความปลอดภัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การจัดการด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว

1.1 การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนจะต้องร่วมมือร่วมใจกันเพื่อผลักดันการทำงานและสร้างความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมในทุกมิติ ภายใต้ความเสมอภาคและความเป็นธรรม โดยการมอบโอกาสทางการพัฒนาตนเอง และสามารถรับผิดชอบดูแลในส่วนงานที่ถนัดและเหมาะสม

1.2 การแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม และส่งเสริมเยาวชนคนรุ่นใหม่ด้านคุณธรรมและจริยธรรม รวมถึงการคำนึงถึงสาธารณะประโยชน์ของสังคม การส่งเสริมด้านจิตสำนึกที่ดีเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน

2. การจัดการด้านการตลาดดิจิทัลและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน

2.1 การทำการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพโดยการมุ่งเน้นที่การประชาสัมพันธ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ผู้นำชุมชนควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายรูปแบบ และสมาชิกในชุมชนต้องสร้างความเป็นกัลยาณมิตรที่ดีต่อกัน สร้างภูมิคุ้มกันในระดับครอบครัวและสังคม (Srirak, 2022)

2.2 การทำการตลาดเชิงรุกผ่านสื่อดิจิทัลสมัยใหม่ในช่องทางสังคมออนไลน์ อาทิ Facebook Instagram Website เป็นต้น โดยการรวบรวมและจัดทำข้อมูลดิจิทัล เพื่อการท่องเที่ยวให้สามารถสืบค้นข้อมูลได้อย่างสะดวกเพื่อสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคใหม่ที่ใช้เครื่องมือดิจิทัลในการวางแผนการท่องเที่ยวก่อนเดินทางท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการซื้อสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะอาดได้มาตรฐาน และจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ทำให้โลกดิจิทัลกลายเป็นความปกติใหม่ ส่งต่อประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวด้วยการบอกต่อ (Word of Mouth) ในสื่อส่วนตัวผ่านการโพสต์ข้อมูลในอินเทอร์เน็ต พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในโลกยุคใหม่ที่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นแตกต่าง มีลักษณะเฉพาะตัว จากภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Sricharoenpramong et al., 2021)

3. การจัดการด้านการบริการนักท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและมีความปลอดภัย

3.1 การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในสุขภาพอนามัยของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวโดยชุมชน สอดคล้องกับ Yaemsuksawat et al. (2019) ที่พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และการดูแลเอาใจใส่และให้บริการอย่างรวดเร็ว

3.2 การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity: CC) ของพื้นที่ เพื่อให้การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปอย่างมีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ (Manirochana, 2017) ซึ่งโดยทั่วไปการท่องเที่ยวโดยชุมชน นักท่องเที่ยวจะต้องทำการนัดหมายล่วงหน้า เพื่อชุมชนการท่องเที่ยว จะได้บริหารจัดการกำลังคน และทรัพยากรในการรับรองนักท่องเที่ยวล่วงหน้า การกำหนดจำนวนคน และวัน เวลา สถานที่ล่วงหน้าจะช่วยให้เกิดประสบการณ์ที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวของทั้งนักท่องเที่ยว และเจ้าของชุมชนในเวลาเดียวกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. นักวิจัยและนักวิชาการที่มีความสนใจการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรศึกษาเพิ่มเติมใน ประเด็นการใช้เครื่องมือทางการตลาดดิจิทัลเพื่อต่อยอดและเพิ่มโอกาสให้กับชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริม วิสาหกิจชุมชน

2. ควรมีการศึกษาด้านทุนมนุษย์ในชุมชนท้องถิ่นที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนต่อไป

References

- Bricker, K. S. & Schultz, J. (2011). Sustainable Tourism in the USA: A Comparative Look at the Global Sustainable Tourism Criteria. *Tourism Recreation Research*, 36(3), 215–229.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable Tourism: A State-of-the-Art Review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7–25.
- Clark, K. R. & Vealé, B. L. (2018). Strategies to Enhance Data Collection and Analysis in Qualitative Research. *Radiologic Technology*, 89(5), 482CT–485CT.
- Daosomboon, J. (2021). Creating Value Products from Local Wisdom, Ban Mon Pottery, Ban Kaeng Sub-district, Nakhon Sawan Province under the Concept of Creative Economy. *Journal of Cultural Approach*, 22(42), 19–33.
- Day, J. & Romanchek, J. L. (2020). **Sustainable Tourism for Destinations: Insights from the GSTC Destination Criteria 2.0 for Sustainable Tourism**. Purdue University.
- Decrop, A. (1999). Triangulation in Qualitative Tourism Research. *Tourism Management*, 20(1), 157–161.
- Ellul, A. (1996). **Control of Tourist Development Liable to Have Significant Consequences on the Environment: National, Regional and Local Planning Policy**. Sustainable Tourism Development.
- Flick, U. (2004). Triangulation in Qualitative Research. *A Companion to Qualitative Research*, 3, 178–183.

- Gentles, S. J., Charles, C., Ploeg, J. & McKibbin, K. A. (2015). Sampling in Qualitative Research: Insights from an Overview of the Methods Literature. *The Qualitative Report*, 20(11), 1772–1789.
- Gray, B. & Wood, D. J. (1991). Collaborative Alliances: Moving from Practice to Theory. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 27(1), 3–22.
- Joomponpong, P., Wiphatkrut, S., Jittimane, U. & Sookkerd, S. (2020). Digital Media Innovation to Promote Community-Based Tourism to Sustainable Way of Ban Khok Pradu Community, Sa Bot District, Lop Buri Province. *Journal of Legal Entity Management and Local Innovation*, 6(3), 15–27.
- Kaewnuch, K. (2018). Participatory Factors for Managing Community-Based Tourism. *International Thai Tourism Journal*, 14(1), 110–127.
- Manirochana, N. (2017). Community Based Tourism Management. *International Thai Tourism Journal*, 13(2), 25–46.
- Mungkalarungsi, S., Raktham, A., Chirinang, P. & Fuangchan, S. (2021). Strengthening Community Based Tourism with Digital Platform. *Journal of Administrative and Management Innovation*, 9(1), 45–55.
- Pakshir, L. & Nair, V. (2011). Sustainability of Homestay as a Form of Community-Based Tourism (CBT): A Case Study of the Rural Community in Bavanat-Iran. *TEAM Journal of Hospitality and Tourism*, 8(1), 5–18.
- Qu, S. Q. & Dumay, J. (2011). The Qualitative Research Interview. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 8(3), 238–264.
- Sakdivorapong, C. (2013). Mutual Obligation According from International Conference Accelerates a Strategy of Sustainable Productivity in Thailand. *Romphruek Journal*, 31(1), 25–48.
- Sarobol, S. (2004). Community-Based Tourism Management. *Research Community*, 57(10/11), 15–21.
- Sricharoenpramong, S., Sankae, N., Saengkae, N. & Wiwatkitbhuwadol, N. (2021). Market Development of Local Fishery-Based Products for Tourism during the COVID-19 Outbreak in Rayong Province. *The Journal of Social Communication Innovation*, 9(1), 140–149.
- Srigetand, U. & Ngernklay, P. (2021). Community-Based Tourism Management in Eastern Thailand. *Western University Research Journal of Humanities and Social Science*, 7(1), 250–262.

- Srirak, C. (2022). Guidelines for Management of Creative Cultural Heritage Values for Sustainability in Supan Buri River Basin Community, Thailand. *Journal of Cultural Approach*, 23(44), 3–18.
- Suvarnakuta, K., Jaroenroop, N. & Benchatikul, K. (2020). The Creative Agro-tourism Management in Rayong and Chanthaburi Province. *Sripatum Chonburi Journal*, 17(2), 22–31.
- Yaemsuksawat, Y., Raksamueng, S. & Ngamsnit, S. (2019). Management of Agro-tourism in Rayong Province. *Journal of MCU Social Science Review*, 8(4), 136–144.