

การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า
เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรี
Community Tourism Promotion for Ban Laem Sub-district,
Bang Pla Ma District to be a Potential Secondary City
Tourist Attraction of Suphan Buri Province

สุภาพร อรรคพิณ¹,
ณิชพัชร์ โรจน์ยุทธนา², บัญจรัตน์ ทีปาน³,
ชกนิต แจ็งสี⁴ และ อรุช คงรุ่งโชค⁵
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ^{1,2,3,4,5}

Supaphorn Akkapi¹,
Nichapat Rothyuttana², Banjarat Teepan³,
Chapanit Jaengsi⁴ and Arus Kongrungchok⁵
Rajamangala University of Technology Krungthep^{1,2,3,4,5}
Corresponding Author, E-mail: Supaporn.a@mail.rmutk.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม และ 2) ศึกษาแนวทางส่งเสริมชุมชนตำบลบ้านแหลมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรี ที่ศึกษากับกลุ่มประชากร ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ประชาชน ผู้ประกอบการร้านค้าและบุคลากรในเทศบาลตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้าเป็นเพศชาย 50 คน และเพศหญิง 50 คน รวมจำนวน 100 คน จากนั้นเลือกสุ่มแบบบังเอิญ และวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบเชิงพรรณนา

* ได้รับบทความ: 18 กุมภาพันธ์ 2565; แก้ไขบทความ: 17 มีนาคม 2565; ตอรับตีพิมพ์: 24 มีนาคม 2565
Received: 18 February 2022; Revised: 17 March 2022; Accepted: 24 March 2022

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมต่อศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของตำบลบ้านแหลมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.55) ด้านแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ($\bar{x} = 4.69$, S.D. = 0.55) ด้านที่พัก (Accommodation) ($\bar{x} = 4.63$, S.D. = 0.54) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ($\bar{x} = 4.58$, S.D. = 0.57) และด้านสุดท้ายสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities and Facilities) ($\bar{x} = 4.55$, S.D. = 0.59) และการศึกษาแนวทางส่งเสริมชุมชนตำบลบ้านแหลมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ชุมชนต้องการความช่วยเหลือด้านต่อไปนี้ 1) การให้องค์ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.42) และส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนช่วยเหลือการท่องเที่ยวชุมชน ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.50) 2) การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่บ่งบอกอัตลักษณ์ชุมชน 3) การรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ($\bar{x} = 4.65$, S.D. = 0.55) และการปรับปรุงภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก และ 4) การออกแบบและสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ชุมชน ($\bar{x} = 4.74$, S.D. = 0.46) และให้องค์ความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ (Start-up) ด้านการท่องเที่ยวชุมชน

คำสำคัญ: การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน; แหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง; ศักยภาพ

Abstract

This quantitative research aims 1) to study the potential of community tourism in Ban Laem Sub-district and 2) to study the guidelines for promoting the Ban Laem Sub-District community to be a potential secondary city attraction of Suphan Buri Province. The study was conducted with the sampling groups consisting of community leaders, local people, entrepreneurs, and personnel in Ban Laem Subdistrict Municipality. Data were collected from the questionnaire with a non-probability sampling of a quota sample of 50 males and 50 females for 100. Then they randomly selected and analyzed the data and presented it in a descriptive statistic.

The results revealed that the respondents had the highest level of overall opinion on the tourism potential of Ban Laem Subdistrict in all aspects. These were sorted by 1) Activities ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.55), 2) Attraction ($\bar{x} = 4.69$, S.D. = 0.55), 3) Accommodation ($\bar{x} = 4.63$, S.D. = 0.54), 4) Accessibility to tourist attractions ($\bar{x} = 4.58$, S.D. = 0.57)

and the last aspect, 5) Amenities and Facilities (\bar{x} = 4.55, S.D. = 0.59). According to the study of ways to promote Ban Laem Sub-District community to be an important secondary city attraction of Suphan Buri Province, the investigation found that the community needed some help in the following areas: 1) providing knowledge on community tourism management (\bar{x} = 4.70, S.D. = 0.42) and establishing a community tourism assistance fund (\bar{x} = 4.70, S.D. = 0.50); 2) the co-creation of cultural tourism activities indicating the identity of the community; 3) the preservation of natural resources and the environment of the community for the tourism activities (\bar{x} = 4.65, S.D. = 0.55) and the improvement of landscapes and facilities; and 4) the design and co-creation of community products that indicate community identity (\bar{x} = 4.74, S.D. = 0.46) and providing knowledge about entrepreneurship (Start-up) in community tourism.

Keywords: Community Tourism Promotion; Secondary City Tourist Attraction; Potential

บทนำ

การสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้การท่องเที่ยวเป็น ทำให้คนไทยรักและภาคภูมิใจในประเทศไทย ต้องการมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมและรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทย ทำให้หลายคนเปลี่ยนมุมมองการท่องเที่ยวเมืองไทยนั้นดีกว่าที่เคย ด้วยการเที่ยวแบบลึกซึ้งและเข้าถึง ผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวสร้างแรงบันดาลใจผ่านแคมเปญสื่อสารการตลาด “Amazing ไทยเท่” ที่การท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคนำเสนอเรื่องราวประสบการณ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทางการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยเรื่องราวศิลปวัฒนธรรมที่บอกเล่าวิถีชีวิต อาหาร นวัตกรรมและความสร้างสรรค์ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมและศิลปกรรมชั้นสูง เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยแต่ละภูมิภาค ขยายฐานตลาดกลุ่มศักยภาพเพื่อลดการพึ่งพิงรายได้จากตลาดต่างประเทศ ผลักดันให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีหลากหลายรูปแบบและส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ผ่านโครงการ “เมืองรอง ต้องลอง” โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายตรงกับ Destination Branding เพื่อคัดกรองเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยแบ่งเมืองรองออกเป็น 3 ประเภทตามศักยภาพ ได้แก่ เส้นทางเมืองหลักเชื่อมเมืองรอง (A - Additional) เมืองรองศักยภาพ (B - Brand New) และเส้นทางเมืองรองเชื่อมเมืองรอง (C - Combined) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเข้มข้น ในหลายปีที่ผ่านมา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) ด้วยแนวคิดที่เน้นให้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง

ในการทำงาน เป็นคนขับเคลื่อนการท่องเที่ยว ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและแสดงศักยภาพของคนในท้องถิ่นเพื่อนำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ ให้มีความสมดุลกับภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม รวมทั้งการเกื้อกูลต่อเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคต อนุรักษ์ความเป็นชุมชนเสมือนชุมชนเป็นบ้านของตนเองที่คอยต้อนรับแขกผู้มาเยือน นอกจากนี้ ยังสร้างรายได้หลักหรือรองให้กับคนในชุมชนได้ (ชัยนวัฒน์ ปูนคำปิ่นและชัยพงษ์ สำเนียง, 2555) ทั้งนี้ ปัญหาและอุปสรรคการท่องเที่ยวชุมชนยังคงมีให้เห็น ปัญหาการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน มลภาวะที่ส่งผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ค่าครองชีพที่สูงขึ้น แม้นักวิจัยได้ศึกษารูปแบบและแนวทางการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนแต่กระนั้นความยั่งยืนการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังไม่ปรากฏมากนัก (สุดถนอม ต้นเจริญ, 2560) จึงทำให้แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 มุ่งเน้น ‘คน’ ให้เป็นศูนย์กลางพัฒนา เน้นเศรษฐกิจพอเพียงและชุมชนเข้มแข็ง เพราะการพัฒนาที่ยั่งยืนคือการพัฒนาที่ทำให้เกิดดุลยภาพของเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อการอยู่ดีมีสุขของประชาชน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562; มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2547)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้นำมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ ลดความเหลื่อมล้ำของคนในสังคม ให้ประชาชนส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการขยายตัวของอุตสาหกรรม ให้เป็นเครื่องมือเสริมสร้างและยกระดับฐานรากให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้นจากการกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยมี 3 มาตรการ คือ 1) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเข้าสู่เมืองรอง 2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนที่แทรกอยู่ในเมืองหลัก และ 3) เชื่อมโยงชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้นำนโยบายไปสู่การปฏิบัติเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นภายใต้แนวคิด ‘ชุมชนเติบโต เมืองไทยเติบโต Amazing Thailand Go Local’ โดยมีแนวคิดส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชนบทให้ดีขึ้นอย่างยั่งยืน เน้นการสร้างงานให้กับชุมชนผ่านการใช้ทรัพยากรในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาที่ได้รับ การสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ผนวกกับการต่อยอดเรื่องราวผ่านทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่ามีจุดเด่น เป็นที่นิยมของคนทั้งในและต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายและการดำเนินงาน 1) Enjoy Local, 2) SET in the Local กระตุ้นกลุ่มตลาด MICE และกิจกรรม CSR ในชุมชนเมืองรอง 3) Local Link เน้นความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยว 4) Eat Local อาหารถิ่นอร่อย (Locallicious) อาหารห้ามพลาด 5) Our Local สร้างสรรค์และสนับสนุนการจัดกิจกรรม Community Events บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น 6) Local Heroes - Towards GSTC (Global Sustainable Tourism Council) และB2D (Business to Digital) กิจกรรม Mobile Clinic เพื่อการพัฒนาคน สร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนจากองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อให้ชุมชนเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางภูมิทัศน์และการแข่งขันในอนาคต (Digital Age) และ 7) Local Strength บูรณาการกับภาครัฐและเอกชนสร้าง

ความเข้มแข็งในห่วงโซ่อุปทานและสินค้าและพัฒนาเรื่อง Creative Tourism ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการขายเข้าเมืองรองให้มากขึ้น (TATREVIEW, 2018)

ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางพลาม้า เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อที่จะนำองค์ความรู้ที่ได้ไปวางแผนส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนให้เติบโตเป็นแหล่งรายได้เสริมของคนในชุมชน เพื่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนที่ดีกว่าเดิม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางพลาม้า ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยมีแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรการวิจัยประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการร้านค้า ประชาชนและบุคลากรจากเทศบาลตำบลบ้านแหลม อำเภอบางพลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี จากข้อมูลจากสำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลบ้านแหลม ณ วันที่ 30 เมษายน 2561 จำนวนประชากรโดยแบ่งเป็นเพศชาย 1,485 คน เพศหญิง 1,651 คน รวมทั้งหมด 3,136 คน การกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1967) จำนวนประชากร 2,000 คน ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 10% และระดับความเชื่อมั่น 90% จะได้กลุ่มตัวอย่าง 95 คน เพื่อความสะดวกผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างเป็น 100 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งเป็นเพศชาย 50 คน และเพศหญิง 50 คน โดยจำแนกออกเป็นจำนวน 90 คนจากประชาชนทั่วไปและอีกจำนวน 10 คนจากผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการร้านค้า และบุคลากรจากเทศบาลตำบลบ้านแหลม (จากจำนวน 17 คน) จากนั้นเลือกสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จนครบตามจำนวน 100 คน ข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยมีตัวแปรในการศึกษาดังแผนภาพด้านล่าง

ผลการวิจัย

ผลการศึกษางานวิจัยเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบ้านแหลม อำเภอบางพลาม้า เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 1 ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. แหล่งท่องเที่ยว (Attraction)	4.69	0.55	มากที่สุด
(1) มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย (แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม)	4.79	0.50	มากที่สุด
(2) มีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น	4.63	0.60	มากที่สุด
(3) อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ ใช้เวลาเดินทางไม่มากนัก	4.72	0.53	มากที่สุด
(4) เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ใกล้เมืองหลวง	4.66	0.59	มากที่สุด
(5) เป็นเส้นทางที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดของจังหวัดใกล้เคียง	4.65	0.54	มากที่สุด
2. กิจกรรม (Activities)	4.73	0.55	มากที่สุด
(6) มีประเพณีวัฒนธรรมที่หลากหลาย เช่น ประเพณีตักบาตร สรงน้ำและชักพระเล่นเพลง	4.85	0.55	มากที่สุด
(7) มีรายการนำเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ร่องเรือชมวิถีชีวิต	4.76	0.50	มากที่สุด
(8) การศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนตำบลบ้านแหลม	4.76	0.55	มากที่สุด
(9) มีกิจกรรมที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยว	4.70	0.55	มากที่สุด
(10) มีผลิตภัณฑ์และสินค้าที่ระลึกของชุมชนจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	4.59	0.59	มากที่สุด
3. การเข้าถึง (Accessibility)	4.58	0.57	มากที่สุด
(11) มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ออนไลน์เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง	4.50	0.56	มากที่สุด
(12) มีการจัดทำเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม	4.49	0.58	มากที่สุด
(13) มีระบบการจอง การลงทะเบียนค่าบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบัน	4.61	0.58	มากที่สุด
(14) ความเหมาะสมของป้ายบอกทางและป้ายสถานที่แหล่งท่องเที่ยว	4.60	0.64	มากที่สุด
(15) มีศูนย์บริการข้อมูลของการท่องเที่ยว มีแผนพับ คู่มือนักท่องเที่ยว	4.68	0.49	มากที่สุด
4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities & Facilities)	4.55	0.59	มากที่สุด
(16) มีสถานพยาบาลพื้นฐานที่น้ำเชื่อถือและเพียงพอในยามฉุกเฉิน	4.44	0.57	มากที่สุด
(17) มีการสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้ายสัญลักษณ์	4.48	0.59	มากที่สุด
(18) มีสถานที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม สะดวกและปลอดภัย	4.64	0.52	มากที่สุด

วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาขอนแก่น 179
ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2565

(19) มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในราคาที่เหมาะสมและสะอาด	4.65	0.59	มากที่สุด
(20) สาธารณูปโภคพื้นฐานเช่น ไฟฟ้า น้ำประปา น้ำดื่ม มีคุณภาพใช้การได้ดี	4.56	0.54	มากที่สุด
5. ที่พัก (Accommodation)	4.63	0.54	มากที่สุด
(21) ที่พักและเครื่องนอนมีความสะอาดและสบาย	4.62	0.51	มากที่สุด
(22) มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักที่เหมาะสมครบครัน	4.54	0.61	มากที่สุด
(23) มีการจัดระบบดูแลรักษาความปลอดภัย	4.63	0.53	มากที่สุด
(24) มีอากาศที่ถ่ายเทสะดวก อากาศบริสุทธิ์	4.65	0.54	มากที่สุด
(25) สถานที่พักมีความมั่นคง และแข็งแรง	4.70	0.52	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ของชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.69$ S.D.= 0.55) โดยชุมชนมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และเรื่องเล่าที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพและเป็นเส้นทางที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดของจังหวัดใกล้เคียง ด้านกิจกรรม (Activities) มีหลากหลาย โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ชุมชนมีศักยภาพพอที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$ S.D.= 0.55) เนื่องจากมีประเพณี วัฒนธรรมที่หลากหลายที่สามารถจัดรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนได้ เช่น การรณรงค์ชมวิถีชีวิตของคนในชุมชน มีผลิตภัณฑ์และสินค้าที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) พบว่า มีความสะดวก สภาพถนนดี นับว่าชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.58$ S.D.= 0.57) มีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์แผ่นพับและคู่มือนักท่องเที่ยวเพื่อการประชาสัมพันธ์ มีป้ายบอกทางและป้ายสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเหมาะสม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities and Amenities) พบว่า ชุมชนมีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ($\bar{x} = 4.55$ S.D.= 0.57) เพราะชุมชนมีสถานพยาบาลพื้นฐานไว้ให้บริการในยามฉุกเฉิน มีการสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้ายสัญลักษณ์ การให้ความรู้ มีสถานที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม สะอาดและปลอดภัย ร้านอาหารจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มให้กับนักท่องเที่ยวในราคาที่เหมาะสม สะอาดและถูกสุขลักษณะ และสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา น้ำดื่มมีคุณภาพใช้การได้อย่างปลอดภัย ด้านที่พัก (Accommodation) พบว่า ศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ($\bar{x} = 4.63$ S.D.= 0.54) เครื่องนอนสะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องพักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว มีระบบรักษาความปลอดภัย มีอากาศถ่ายเทสะดวก บริสุทธิ์เนื่องจากปริมาณมลพิษในอากาศมีน้อย รวมถึงที่พักมีโครงสร้างมั่นคงแข็งแรงพอเพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาแนวทางส่งเสริมชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางพลาม้า ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 2 แนวทางส่งเสริมชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางพลาม้า ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรี

ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. ด้านเศรษฐกิจ	4.64	0.57	มากที่สุด
(1) องค์ความรู้เกี่ยวกับการหารายได้จากการท่องเที่ยวชุมชน	4.65	0.42	มากที่สุด
(2) การออกแบบและสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์	4.74	0.46	มากที่สุด
(3) องค์ความรู้เกี่ยวกับร้านค้าชุมชนกับการท่องเที่ยว	4.56	0.58	มากที่สุด
(4) องค์ความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวชุมชน	4.71	0.54	มากที่สุด
(5) องค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน	4.45	0.78	มากที่สุด
(6) องค์ความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีในครัวเรือน	4.72	0.63	มากที่สุด
2. สังคม วัฒนธรรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.70	0.50	มากที่สุด
(7) องค์ความรู้เกี่ยวกับการเป็นเจ้าของบ้านที่ดี	4.73	0.52	มากที่สุด
(8) การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4.78	0.43	มากที่สุด
(9) การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวของชุมชน	4.64	0.53	มากที่สุด
(10) การออกแบบกิจกรรมชุมชนเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว	4.65	0.46	มากที่สุด
(11) องค์ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการให้บริการโฮมสเตย์	4.72	0.57	มากที่สุด
3. ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.65	0.55	มากที่สุด
(12) องค์ความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว	4.63	0.53	มากที่สุด
(13) การออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	4.64	0.52	มากที่สุด
(14) การปรับภูมิทัศน์เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว	4.71	0.47	มากที่สุด
(15) การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว	4.61	0.67	มากที่สุด
4. การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน	4.70	0.42	มากที่สุด
(16) แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน	4.73	0.56	มากที่สุด
(17) แนวคิดการมีส่วนร่วม ภาคีเครือข่าย	4.61	0.54	มากที่สุด
(18) แนวคิดการมีผลประโยชน์ร่วมกันจากการท่องเที่ยว	4.56	0.61	มากที่สุด
(19) การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน	4.81	0.31	มากที่สุด

วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาขอนแก่น 181
ปีที่ 9 ฉบับที่ 3 กรกฎาคม - กันยายน 2565

(20) กองทุนช่วยเหลือการท่องเที่ยวชุมชน	4.83	0.26	มากที่สุด
(21) ภาครัฐกำกับดูแลให้คำแนะนำสม่ำเสมอ	4.64	0.21	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 การศึกษาแนวทางส่งเสริมชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้าให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อแนวทางการส่งเสริมชุมชนตำบลบ้านแหลมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับจาก 1) ด้านการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.42) ชุมชนประสงค์กองทุนช่วยเหลือการท่องเที่ยวชุมชน และแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน 2) ด้านสังคม วัฒนธรรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.50) ชุมชนประสงค์แนวทางการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี และแนวคิดการให้บริการโฮมสเตย์ 3) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 4.65$, 0.55) ชุมชนแนวทางการปรับปรุงทัศนียภาพและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ 4) ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{x} = 4.64$, S.D. = 0.57) ชุมชนประสงค์แนวทางการออกแบบและสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ชุมชน การทำบัญชีในครัวเรือนและองค์ความรู้เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวชุมชน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรี มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลประกอบด้วย ดังนี้

ศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชนอยู่ในระดับสูง เนื่องจากชุมชนมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายและโดดเด่น เพราะเป็นชุมชนเก่าแก่ริมแม่น้ำสุพรรณ (ท่าจีน) ที่ตลอดสองฝั่งลำน้ำเรียงรายไปด้วยบ้านทรงไทยโบราณและวัดเก่าแก่ที่มีประวัติอันยาวนาน ผู้คนมีวิถีชีวิตแบบการใช้ชีวิตกับสายน้ำ ที่เป็นภาพที่สะท้อนวิถีชีวิตดั้งเดิมเมื่อเกือบร้อยปีที่ผ่านมา แต่ยังคงหาสัมผัสได้ในศตวรรษนี้ ตลอดจนชุมชนยังมีวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ตามเส้นทางทัพมอญรามัญที่น่าสนใจและน่าเรียนรู้ มีประเพณีโดดเด่นหนึ่งเดียวในภาคกลางฝั่งตะวันตก คือ ซักพระเล่นเพลง ตักบาตรกลางน้ำ นอกจากนี้ ชุมชนยังมีของดีที่ต้องบอกต่อไม่ว่าจะเป็นเรื่องความอร่อยของอาหารในชุมชน โดยเฉพาะขนมไทยโบราณที่รสชาติดีและสีสวยงามที่สามารถจัดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนได้ ชุมชนมีสูตรการทำขนมต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสนุกสนานกับการได้ทำขนมด้วยตนเอง ตลอดจน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ การล่องเรือหัวพระตามรอยเสด็จประพาสต้นรัชกาลที่ 5 ย้อนรอยนิราศสุพรรณ สุนทรภู่ นักท่องเที่ยวนอกจากจะอึ้งตาอึ้งใจไปกับการร่องเรือชมความงามของสองฝั่งแม่น้ำสุพรรณแล้ว ยังอึ้งท้องไปกับการรับประทานอาหารขณะร่องเรือ

ชุมชนมีผลิตภัณฑ์และสินค้าที่ระลึกไว้จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว นับว่าชุมชนมีองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว (พยอม ธรรมบุตร, 2549) และสามารถสร้างความยั่งยืนได้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราชา, 2547) ถ้าชุมชนอนุรักษ์ไว้ซึ่งวัฒนธรรมเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนยังอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร สามารถเดินทางเข้าถึงได้อย่างสะดวกเพราะถนนมีสภาพดีที่สามารถเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นได้ เพราะเป็นเส้นทางที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง เพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนบ้านแหลมเป็นที่รับรู้และเติบโตอย่างยั่งยืนชุมชนต้องการแนวทางการพัฒนาในการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวนอกเหนือจากการร้องเรือและเที่ยวชมบ้านโบราณเรือนไทยริมแม่น้ำแล้ว การให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และลงมือทำอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนแล้วจะทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสวิถีไทยเฉพาะถิ่น (Unique Local Thai Experience) และมีเสน่ห์มากขึ้น (จุลสารวิชาการการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) การพัฒนาคนในชุมชนให้มีบทบาทที่สำคัญในการอนุรักษ์ความเป็นชุมชน มีการดำเนินงานบนฐานข้อมูลอย่างมีนวัตกรรม จัดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม การสร้างความเข้มแข็งจากภายในชุมชนให้เติบโตด้วยตนเองนับว่าเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน ลดการพึ่งพาจากหน่วยงานภาครัฐในอนาคต การให้คนในชุมชนเข้าถึงและการสร้างรายได้จากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงการออกแบบและสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน องค์ความรู้การเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวชุมชน (Start-up) การถ่ายทอดการสื่อสารการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวชุมชน การพัฒนาให้คนในชุมชนพึ่งพาตนเองได้เป็นหัวใจสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนและไม่เพียงแต่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ได้เน้นถึงการสร้างศักยภาพของคนในท้องถิ่นให้ใช้ความรู้ของตนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อนำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติโดยให้มีความสมดุลกับภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม รวมทั้งการเกื้อกูลต่อเศรษฐกิจของชุมชนในอนาคต (TATREVIEW, 2018)

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลบ้านแหลม คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะทั้งในเชิงนโยบาย การนำนโยบายสู่การปฏิบัติ และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐให้การส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์แต่ละชุมชน

2. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณจัดร่องเรือชมวิถีชีวิตชุมชนบ้านแหลมปีละหนึ่งครั้งเพื่อการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. หน่วยงานภาครัฐจัดอบรมให้ความรู้คนรุ่นใหม่ในชุมชนให้ใช้สื่อสังคมออนไลน์หลากหลายแพลตฟอร์มเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนบ้านแหลมให้รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ

2. ชุมชนหาลูกค้าที่เป็นบริษัทองค์กรจัดกิจกรรม CSR และเส้นทาง Green เส้นทางจักรยานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานขององค์กร

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาค้างต่อไป

1. ศึกษาการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมของชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรี

2. ศึกษาและออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัยธรรมชาติแบบการเดินทางด้วยตัวเอง (ABC, A - Additional การท่องเที่ยวเชื่อมโยง เมืองหลัก และเมืองรอง, B - Brand New ท่องเที่ยว 55 เมืองรอง และ C - Combinationท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างเมืองรองและเมืองรอง

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการศึกษาพบว่าชุมชนตำบลบ้านแหลม อำเภอบางปลาม้า จังหวัดสุพรรณบุรีมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมากมายและโดดเด่น เป็นชุมชนที่มีบ้านเรือนไทยติดแม่น้ำสุพรรณ มีวิถีชีวิตร่วมกับสายน้ำ มีวัฒนธรรมประวัติศาสตร์ตามเส้นทางทัพมอญรามัญ มีประเพณีเด่นหนึ่งเดียวในภาคกลางฝั่งตะวันตก คือ ชักพระเล่นเพลงตักบาตรกลางน้ำและมีอาหารประจำถิ่นที่เป็นอร่อยและน่าสนใจ ที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นรายการนำเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างเป็นเอกลักษณ์และน่าสนใจ ชุมชนสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองที่มีศักยภาพของจังหวัดสุพรรณบุรีได้ เพียงแต่ชุมชนได้รับการส่งเสริมด้านองค์ความรู้ การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามหลักวิชาการและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะรูปแบบออนไลน์ทุกแพลตฟอร์ม

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). นโยบายและแผนการตลาด. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.tat.or.th/th/about-tat/market-plan>
- ชัยวัฒน์ ปูนคำปิ่น และ ชัยพงษ์ สำเนียง. (2555). การท่องเที่ยวโดยชุมชน : การสร้าง ขยายเศรษฐกิจ และวิถีชีวิตท้องถิ่น. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://prachatai.com>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธราช สาขาวิชาศิลปศาสตร์. (2547). พฤติกรรมองค์การและการจัดการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธราช.
- สมยศ โอ่งเคลือบ. (2557). แนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2562, จาก <https://www.slideshare.net/blackstarshooter99/7-1-37072398>
- สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue
- สุดอนอม ต้นเจริญ. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. ครั้งที่ 1. วันที่ 16 มิถุนายน 2560. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://identity.bsru.ac.th/archives/3735>
- _____. (2018). Tourism Go Local ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-go-local/>
- TATREVIEW. (2018). การท่องเที่ยวชุมชนโดยชุมชน วิถีไทย เก๋ไก๋อย่างยั่งยืน: การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเรื่องใกล้ตัวกว่าที่คิด. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2562, จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>
- Yamane, T. (1967). Statistics: An Introductory Analysis. (2nd ed.). Harper and Row, New York.