การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง[1]

PARTICIPATION IN COMMUNITY-BASED TOURISM MANAGEMENT OF ETHNIC GROUPS IN HIGHLAND

ภัทรวรรธน์ จีรพัฒน์ธนธร/PATTARAWAT JEERAPATTANATORN
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
FACULTY OF EDUCATION, KASETSART UNIVERSITY

วรรณดี สุทธินรากร/WANDEE SUTTHINARAKORN
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
FACULTY OF EDUCATION, KASETSART UNIVERSITY

ทรงธรรม ปานสกุณ/SONGTHAM PANSAKUN
คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร
FACULTY OF ARCHAEOLOGY, SILPAKORN UNIVERSITY

ดนัย ฉลาดคิด/DANAI CHALADKID
นักวิจัยอิสระ
FREELANCE RESEARCHER

Received: July 16, 2020
Revised: April 5, 2021
Accepted: April 7, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ทั่วไปคือเพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงโดยมีวัตถุประสงค์ย่อย 2 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อค้นหาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และ 2) เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดแม่ฮ่องสอน พื้นที่ศึกษา ได้แก่ บ้านหนองเต่า บ้านดอกแดง บ้านขุนอมลอง บ้านจะโบ-ปะสี ในจังหวัดเชียงใหม่ และบ้านป่าแป๋ จังหวัดแม่ฮ่องสอน กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้นำชุมชนและสมาชิกในชุมชนที่อาสาตัวร่วมเป็นนักวิจัยท้องถิ่น 50 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวในชุมชนท่องเที่ยว 120 คน ที่อาสาให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย เครื่องมือวิจัย ได้แก่ เวทีชุมชน การสัมภาษณ์ แบบสอบถาม การสะท้อนผลการเรียนรู้ และการระดมความคิด ผลการศึกษาพบว่า บ้านป่าแป๋มีศักยภาพชุมชนสูงสุดในขณะที่บ้านดอกแดงอยู่ในกลุ่มที่มีศักยภาพน้อยที่สุด ส่วนเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมสรุปได้เป็น 4 เส้นทาง โดยมีจุดเด่นที่แตกต่างกันไป การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวทำให้ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สำคัญนั้นได้แก่ การยกระดับองค์กรชุมชน การประชาสัมพันธ์ผ่านอินเทอร์เน็ต การยกระดับโฮมสเตย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปพร้อมกับการพัฒนาการท่องเที่ยว และพัฒนากิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ภายใต้อัตลักษณ์ของแต่ละชุมชน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มชาติพันธุ์ ศักยภาพชุมชน เส้นทางท่องเที่ยว

Abstract

This research generally aimed to study the participation in Community-Based Tourism (CBT) of ethnic groups in highland with two specific objectives: 1) to discover tourism communities' potential, CBT routes and factors influencing tourists' travel behaviors; and 2) to propose CBT development guidelines for ethnic groups in Chiang Mai and Mae Hong Son provinces. Study areas included Ban Nongtao, Ban Dok Daeng, Ban Khun Om Long, and Ban Chabo-Pasi in Chiang Mai and Ban Pa Pae in Mae Hong Son province. Target population included 50 community leaders and members who volunteered to be local researchers and 120 tourists within CBT communities who voluntarily gave information for researchers. Research instruments and techniques included public hearing, interviews, questionnaires, observations, reflection and brainstorming. Findings revealed that Ban Pa Pae gained the highest potential score whilst Ban Dok Daeng gained the lowest one. The appropriate CBT routes were summarized into four routes that indicated different prominent points. The study on tourists'behaviors showed push and pull factors that influenced tourists' travel behaviors. Major guidelines for CBT development were the enhancement of community organizations, conducting public relation via internet, homestay development, creation of local products along with tourism development, and building of activities, which tourists can participate, based on different community identities.

Keywords: Community-Based Tourism, Ethnic groups, Community potential, Tourism routes

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นหนทางหนึ่งในการสร้างรายได้นอกภาคเกษตรกรรม ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาพื้นที่การท่องเที่ยวมักให้ความสำคัญกับผู้บริโภคเป็นหลัก การจัดการท่องเที่ยวจึงเน้นที่การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนตามยุคสมัย สินค้าทางวัฒนธรรมถูกใช้เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยไม่มีความหมายต่อศักดิ์ศรีของชุมชนที่แท้จริง แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนถือกำเนิดขึ้นเพื่อให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานอัตลักษณ์ของชุมชน การสร้างรายได้จากการบริการและสินค้าการท่องเที่ยวทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้มีผลทำให้เกิดความหมายแก่คนในชุมชนที่อุดมด้วยต้นทุนความรู้ทางภูมิปัญญา หมายรวมถึงประเพณี วัฒนธรรมที่เป็นรากเหง้าของคนในชุมชน (พจนา สวนศรี, 2546) สำหรับกลุ่มชาติพันธุ์แล้วถือเป็นกลุ่มคนส่วนน้อยที่ประสบกับปัญหาในภาคการผลิตที่มีข้อจำกัดในเรื่องพื้นที่ทำกินและการทำการเกษตรที่ไม่สามารถสร้างรายได้เพียงพอต่อการมีชีวิตที่ดี แต่ต้นทุนที่อุดมของกลุ่มชาติพันธุ์คือศาสนา ความเชื่อและวัฒนธรรมที่ร้อยรัดเกาะเกี่ยวให้คนในชุมชนได้ดำรงอยู่บนพื้นฐานของความเป็นเพื่อนบ้าน เป็นเครือญาติและเป็นมิตรที่ดีต่อกัน อัตลักษณ์ของการแต่งกายที่ปรากฏของแต่ละชาติพันธุ์ อาหารการกิน วิถีแห่งอาชีพ และความเชื่อล้วนแล้วแต่ผูกพันกับมิติทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน สิ่งเหล่านี้ถือเป็นต้นทุนที่สำคัญ สิ่งที่คนในชุมชนต้องเรียนรู้คือการจัดการเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้กลายมาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดรายได้อันเป็นคุณค่าที่จับต้องได้และก่อให้เกิดคุณค่าที่จับต้องไม่ได้ แต่มีความหมายในทางจิตใจอันจะเกื้อหนุนไปสู่รายได้ที่จับต้องได้ในท้ายที่สุด การเรียนรู้ที่จะออกแบบการท่องเที่ยวในชุมชนจึงมีความสำคัญ ซึ่งในพื้นที่ของการศึกษาวิจัยที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอะญอ เลอเวือะและลาหู่ญีนั้นอุดมด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรม ซึ่งเหมาะที่จะรังสรรค์ให้เกิดรายได้ที่เพียงพอต่อการดำรงอยู่และมีชีวิตที่ดีของคนในชุมชน เพื่อให้ก้าวพ้นกับปัญหาความอับจนของรายได้ในห้วงเวลาที่ผ่านมาจนกระทั่งเยาวชนต้องอพยพไปหางานทำในเมือง และบางส่วนพลัดหลงเข้าไปในกระบวนการค้ามนุษย์ และกระบวนการค้ายาเสพติด (วรรณดี สุทธินรากร, 2558) จากการคลุกคลีในพื้นที่ชุมชนหลายปีทำให้เห็นถึงสภาพปัญหาการขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน และยังขาดการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เป็นระบบซึ่งจะนำไปสู่การออกแบบการเปลี่ยนแปลงในขั้นตอนต่อไป

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยในครั้งนี้มุ่งสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนทั้งผู้นำชุมชนและสมาชิกในชุมชนที่อาสาตัวเป็นนักวิจัยท้องถิ่น ได้ร่วมเรียนรู้ สะท้อนความคิด และร่วมกันพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สามารถเป็นคำตอบของการพัฒนาทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ที่ศึกษา

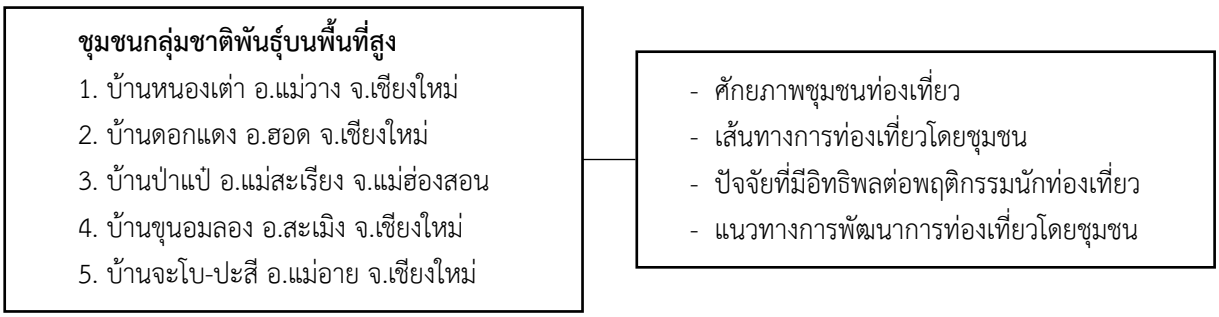
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อค้นหาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2. เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูงในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดแม่ฮ่องสอน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สรุปกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

อุปกรณ์และวิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว และใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการค้นหาเส้นทางการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้นำชุมชนและสมาชิกในชุมชนที่อาสาเข้าร่วมเป็นนักวิจัยท้องถิ่น หมู่บ้านละ 10 คน รวม 50 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวในชุมชนที่สมัครใจให้ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวแก่ผู้วิจัย จำนวนรวม 120 คน พื้นที่ศึกษา ได้แก่ 1) บ้านหนองเต่า อ.แม่วาง จ.เชียงใหม่ 2) บ้านดอกแดง อ.ฮอด จ.เชียงใหม่ 3) บ้านป่าแป๋ อ.แม่สะเรียง จ.แม่ฮ่องสอน 4) บ้านขุนอมลอง อ.สะเมิง จ.เชียงใหม่ และ 5) บ้านจะโบ-ปะสี อ.แม่อาย จ.เชียงใหม่

เทคนิคและเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ เวทีชุมชน การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถาม การสังเกต การสะท้อนผลการเรียนรู้ และการระดมความคิด มีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

1. ทบทวนความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับกลุ่มอาสาสมัคร 50 คน วิเคราะห์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม และร่วมกันประเมินศักยภาพของชุมชนท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามประเมินศักยภาพชุมชน

2. อาสาสมัครสำรวจข้อมูลทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว วัฒนธรรม เส้นทางการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และเข้าค่ายบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์

3. จัดการประชุมเพื่อสะท้อนผลการเรียนรู้ของอาสาสมัคร สัมภาษณ์อาสาสมัครเพิ่มเติมเพื่อยืนยันข้อมูล และเปิดเวทีชุมชนระดมความคิดเพื่อสรุปเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสมและแนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่ชุมชนของตนเอง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์ช่องว่าง (Gap Analysis) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยว ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้าจากหลายเครื่องมือ เช่น เวทีชุมชน การสัมภาษณ์ การสังเกตการระดมความคิด และการสะท้อนผลการเรียนรู้ ข้อมูลที่ได้ผ่านการตรวจสอบขั้นสุดท้ายจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Member check)

ผลการวิจัย

1. ศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

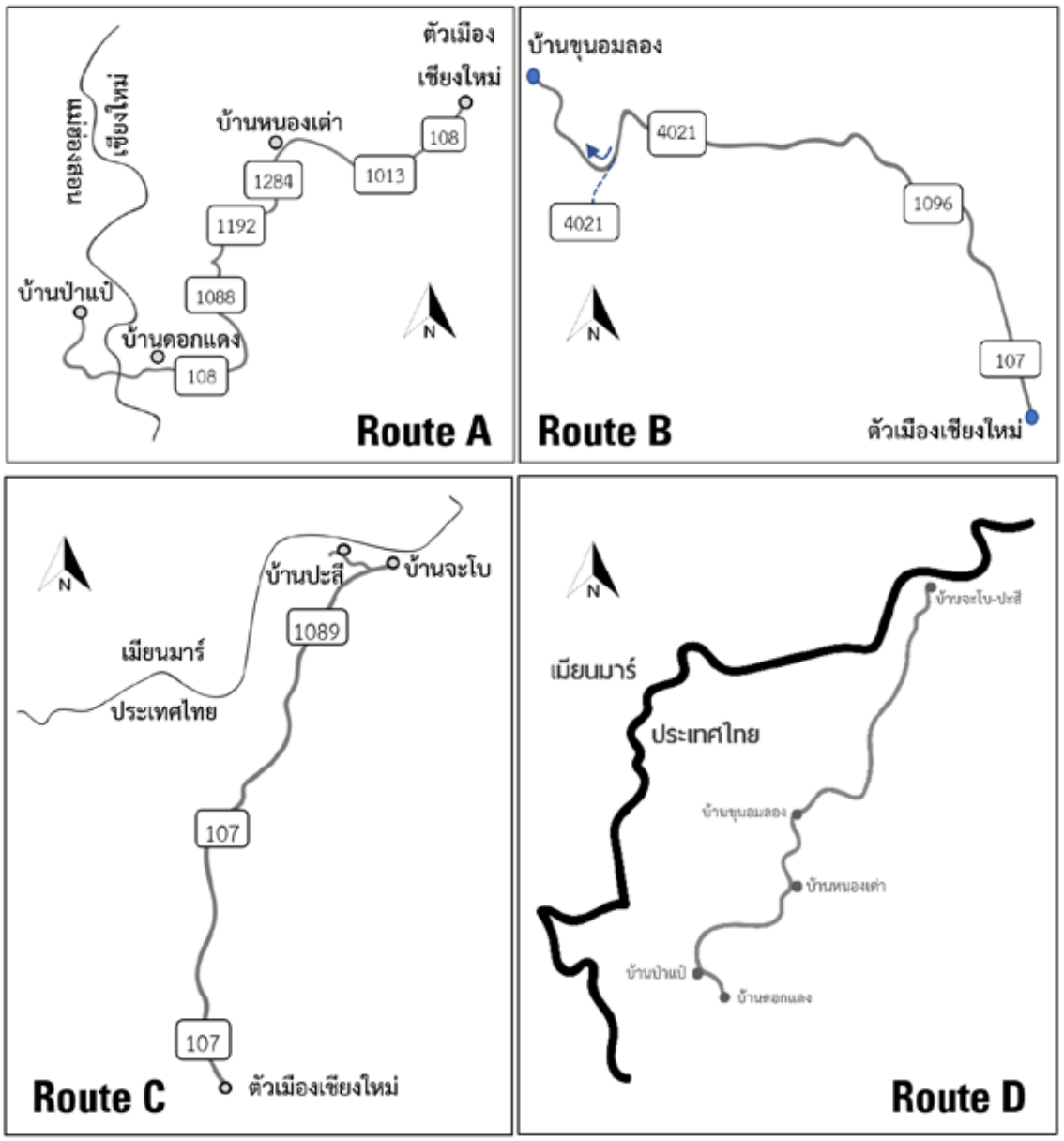
1.1 ศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว ข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อประเมินศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว โดยผู้ตอบแบบสอบถามคือกลุ่มนักวิจัยท้องถิ่นและสมาชิกในชุมชนที่ร่วมประชุมประเมินศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยแต่ละชุมชนได้แบบสอบถามคืนมาในจำนวนไม่เท่ากัน คือ บ้านหนองเต่า 23 ฉบับ บ้านดอกแดง 22 ฉบับ บ้านป่าแป๋ 23 ฉบับ บ้านขุนอมลอง 23 ฉบับ และ บ้านจะโบ-ปะสี 23 ฉบับ รวม 111 ฉบับ จำนวนข้อคำถามในแบบสอบถามมีทั้งหมด 39 ข้อ ใน 11 ด้าน ผลคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงคะแนนศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวในแต่ละด้านและคะแนนเฉลี่ยรวมของแต่ละชุมชน

ศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว	หนองเต่า		ดอกแดง		ป่าแป๋		ขุนอมลอง		จะโบ-ปะสี	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ศักยภาพของคนในชุมชน	3.98	0.382	4.50	0.456	4.44	0.505	4.40	0.512	4.35	0.641
2. ศักยภาพของผู้นำในชุมชน	1.46	0.425	3.09	0.398	3.55	0.568	3.25	0.583	2.92	0.532
3. การมีส่วนร่วมในชุมชน	1.21	0.407	2.13	0.506	3.53	0.771	2.60	0.582	1.50	0.439
4. การมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว	1.57	0.507	1.14	0.351	4.04	0.475	2.10	0.308	2.50	0.513
5. การเตรียมความพร้อมของชุมชน	3.24	0.507	1.14	0.269	4.62	0.491	3.57	0.557	3.27	0.629
6. การร่วมกันพัฒนาศักยภาพของชุมชน	2.19	0.525	1.32	0.606	3.15	0.433	2.30	0.530	1.70	0.475
7. การวางรูปแบบการบริหารจัดการ	2.06	0.480	1.21	0.366	3.80	0.371	2.16	0.491	1.40	0.410
8. การฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว	1.20	0.397	1.21	0.404	4.00	1.169	3.05	0.506	1.65	0.465
9. การบริหารจัดการของชุมชน	2.56	0.474	1.60	0.523	3.68	0.451	2.62	0.439	1.88	0.420
10. การประสานงานกับภายนอก	3.33	0.474	2.19	0.682	3.16	0.702	2.95	0.3835	2.95	0.384
11. ผลที่ได้กับชุมชน	2.22	0.513	1.50	0.740	4.87	0.338	2.60	0.435	1.20	0.483
คะแนนเฉลี่ยรวม	**2.27**	**0.463**	**1.91**	**0.482**	**3.89**	**0.570**	**2.87**	**0.484**	**2.30**	**0.490**
อันดับ	**4**		**5**		**1**		**2**		**3**	

จากตารางที่ 1 เมื่อเปรียบเทียบศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวพบว่า บ้านป่าแป๋มีศักยภาพเป็นอันดับหนึ่ง ในขณะที่บ้านดอกแดงอยู่ในระดับน้อยที่สุดคืออันดับที่ 5 อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาความโดดเด่นของแต่ละชุมชนเฉพาะข้อที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป พบว่า บ้านหนองเต่า บ้านดอกแดง และบ้านจะโบ-ปะสี มีความโดดเด่นในด้านศักยภาพของคนในชุมชนเพียงด้านเดียว ส่วนบ้านขุนอมลองมีความโดดเด่นใน 2 ด้าน คือด้านศักยภาพของคนในชุมชน ($\bar{X}$ =4.40) และการเตรียมความพร้อมของชุมชน ($\bar{X}$=3.57) สำหรับบ้านป่าแป๋นั้นมีความโดดเด่นในเกือบทุกด้าน คือ ผลที่ได้กับชุมชน ($\bar{X}$=4.87) การเตรียมความพร้อมของชุมชน ($\bar{X}$ =4.62) ศักยภาพของคนในชุมชน ($\bar{X}$=4.44) การมีส่วนร่วมกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$=4.04) และการฝึกอบรมบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =4.00) โดยมีเพียง 2 ด้านที่มีคะแนนอยู่ในระดับมาก คือด้านการร่วมกันพัฒนาศักยภาพของชุมชน ($\bar{X}$ =3.15) และการประสานงานกับภายนอก ($\bar{X}$ =3.16) ในการศึกษาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวนั้น นอกจากการใช้แบบสอบถามแล้วผู้วิจัยใช้การระดมสมองระหว่างการประชุมรวมทั้งการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถอธิบายถึงศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวในเชิงลึกได้อย่างครบถ้วน

1.2 เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการศึกษาได้ข้อสรุปเส้นทางการท่องเที่ยว 4 เส้นทาง ดังนี้



ภาพที่ 2 เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 เส้นทาง (Route A-B-C-D)

ที่มา: ออกแบบโดยผู้วิจัยเมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2562

จากภาพที่ 2 แสดงเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เชื่อมโยงชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ 4 เส้นทาง ซึ่งเป็นผลจากการศึกษาร่วมกับชุมชนเพื่อสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวที่สะดวกและเป็นแนวทางสำหรับนักท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1) เส้นทางสาย A (เชียงใหม่ - แม่วาง - ฮอด - แม่สะเรียง) เป็นเส้นทางที่เชื่อมชุมชนท่องเที่ยวมากที่สุดถึง 3 แห่ง ได้แก่ บ้านหนองเต่า บ้านดอกแดง และบ้านป่าแป๋

2) เส้นทางสาย B (เชียงใหม่ - สะเมิง) เป็นเส้นทางที่เชื่อมชุมชนแห่งเดียว คือบ้านขุนอมลอง

3) เส้นทางสาย C (เชียงใหม่ - แม่อาย) เป็นเส้นทางที่เชื่อมโยงกับชุมชนบ้านจะโบ-ปะสี โดยผ่านเส้นทางอำเภอแม่ริมและอำเภอเชียงดาว

4) เส้นทางสาย D (ฮอด - แม่อาย) เป็นเส้นทางเชื่อมทั้ง 5 ชุมชนเข้าด้วยกัน ซึ่งใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวนานที่สุด เริ่มตั้งแต่บ้านดอกแดง มุ่งสู่บ้านป่าแป๋ บ้านหนองเต่า บ้านขุนอมลอง และไปสิ้นสุดที่บ้านจะโบ-ปะสี ซึ่งเป็นพื้นที่ติดกับชายแดนประเทศเมียนมาร์

1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ศึกษา โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะประกอบไปด้วยปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) สรุปผลการศึกษาได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ปัจจัยผลักดันที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (n=120)

ปัจจัยผลักดัน	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล*	อันดับ
1. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความต้องการส่วนบุคคล				
เพื่อใช้เวลาร่วมกับเพื่อน	4.03	0.932	มาก	1
เพื่อใช้เวลาร่วมกับครอบครัว	4.00	0.854	มาก	2
เพื่อพบปะและพูดคุยกับผู้คนในชุมชนท้องถิ่น	3.86	0.879	มาก	3
เพื่อเยี่ยมเพื่อน หรือญาติ	3.74	1.048	มาก	4
เพื่อค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสันโดษ	3.68	0.936	มาก	5
เพื่อพบปะเพื่อนใหม่	3.59	0.976	มาก	6
เพื่อเข้าถึงจิตวิญญาณของตนเอง	3.54	1.034	มาก	7
เพื่อที่จะออกจากที่พักอาศัย	3.42	0.929	ปานกลาง	8
2. การเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่และการหาประสบการณ์ใหม่				
เพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไปมาก่อน	4.27	0.831	มาก	1
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง	4.24	0.636	มาก	2
เพื่อชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรม	4.19	0.564	มาก	3
เพื่อเห็นความเป็นอยู่ของคนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างจากของตนเอง	4.11	0.652	มาก	4
เพื่อเข้าร่วมทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ	4.03	0.710	มาก	5
เพื่อเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.95	0.737	มาก	6
เพื่อแลกเปลี่ยนขนบธรรมเนียมและประเพณี	3.89	0.692	มาก	7
3. การพักผ่อนหย่อนใจ				
เพื่อผ่อนคลายความเครียด ความไม่สบายใจ	4.19	0.929	มาก	1
เพื่อชมทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว	4.14	0.814	มาก	2
เพื่อค้นหาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	4.08	0.489	มาก	3
เพื่อค้นหาความตื่นเต้นและความเร้าใจ	4.05	0.840	มาก	4
เพื่อผ่อนคลายความเหนื่อยล้าทางกาย	4.05	0.903	มาก	4
เพื่อทำตามความฝันที่อยากไปสถานที่ท่องเที่ยวนั้น	4.00	1.044	มาก	5

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50=น้อยที่สุด, 1.51-2.50=น้อย, 2.51-3.50=ปานกลาง, 3.51-4.50=มาก, 4.51-5.00=มากที่สุด

จากตารางที่ 2 สรุปได้ว่า 1) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความต้องการส่วนบุคคล ปัจจัยผลักดันที่สำคัญคือนักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้เวลาร่วมกับเพื่อน ($\bar{X}$=4.03) และการใช้เวลากับครอบครัว ($\bar{X}$=4.00) 2) ด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่และการหาประสบการณ์ใหม่ ปัจจัยที่สำคัญคือนักท่องเที่ยวต้องการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่เคยไปมาก่อน ($\bar{X}$=4.27) และเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ ที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง ($\bar{X}$ =4.24) 3) ด้านการพักผ่อนหย่อนใจ ปัจจัยผลักดันที่สำคัญคือนักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดความไม่สบายใจ ($\bar{X}$ =4.19) และเพื่อชมทัศนียภาพของสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X}$=4.14)

ตารางที่ 3 ปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว (n=120)

ปัจจัยดึงดูด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	อันดับ
1. ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว				
สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสวยงาม	4.35	0.709	มาก	1
สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์	4.34	0.622	มาก	2
สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมยังคงรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิม	4.30	0.612	มาก	3
สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มีเสน่ห์	4.24	0.591	มาก	4
สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความหลากหลาย	4.24	0.677	มาก	4
ที่พักมีราคาสมเหตุสมผล	4.11	0.910	มาก	5
อาหารมีความหลากหลาย	4.03	0.756	มาก	6
อาหารมีราคาสมเหตุสมผล	4.03	0.756	มาก	6
อาหารมีรสชาติดี	4.00	0.905	มาก	7
ที่พักมีความหลากหลาย	3.89	0.867	มาก	8
2. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว				
เทศกาลและกิจกรรม	4.03	0.746	มาก	1
กิจกรรมผจญภัย	3.89	0.957	มาก	2
แหล่งซื้อสินค้า ช้อปปิ้ง	3.73	0.894	มาก	3
กิจกรรมกลางแจ้ง	3.64	0.952	มาก	4
กิจกรรมกลางคืน	3.46	1.038	ปานกลาง	5
กิจกรรมบันเทิง	3.43	1.032	ปานกลาง	6
3. ด้านสภาพแวดล้อม				
ภูมิอากาศเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวตามฤดูกาล	4.26	0.709	มาก	1
สภาพอากาศเหมาะต่อการท่องเที่ยว	4.11	0.791	มาก	2
ทัศนียภาพที่โดดเด่น	4.00	0.892	มาก	3
4. ด้านสถานที่และกิจกรรมสำหรับครอบครัว				
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	4.13	0.770	มาก	1
กิจกรรมสำหรับครอบครัว	4.03	0.814	มาก	2
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	3.97	0.737	มาก	3
5. ด้านผลิตภัณฑ์				
ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน	4.21	0.658	มาก	1
ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย	4.03	0.846	มาก	2
6. ด้านค่าใช้จ่าย/ความคุ้มค่าคุ้มราคา				
ค่าเดินทาง	3.92	0.767	มาก	1
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	3.84	0.847	มาก	2
ค่าที่พัก	3.76	0.813	มาก	3
ค่าของฝาก ของที่ระลึก	3.74	0.883	มาก	4
ค่าของเงินบาท	3.62	0.787	มาก	5

ปัจจัยดึงดูด	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	อันดับ
7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
ช่องทางในการเดินทางมีความหลากหลาย	4.05	0.753	มาก	1
ความสะดวกในการเดินทางไปภูเขาสูง	3.89	0.643	มาก	2
ความสะดวกสบายในการเดินทางโดยรถสาธารณะ	3.87	0.735	มาก	3
ความถี่ในบริการเดินทางมีความสะดวก เช่น ออกทุกชั่วโมง	3.84	0.711	มาก	4
8. ด้านการส่งเสริมการตลาด				
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	4.13	0.804	มาก	1
การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ หรือ โทรทัศน์	3.92	0.832	มาก	2
การประชาสัมพันธ์ผ่านงานแสดงการท่องเที่ยว	3.79	0.926	มาก	3
การประชาสัมพันธ์ทางนิตยสาร หรือ หนังสือพิมพ์	3.74	0.941	มาก	4
9. ด้านบุคคล				
ความมีมิตรไมตรีของคนในพื้นที่	4.32	0.656	มาก	1
ความซื่อสัตย์ของบุคคล	4.24	0.744	มาก	2
การช่วยเหลือการตอบคำถามหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.21	0.689	มาก	3
10. ด้านลักษณะทางกายภาพ				
สภาพแวดล้อมสวยงาม	4.38	0.628	มาก	1
สภาพอากาศที่สดชื่นไร้มลพิษ	4.29	0.648	มาก	2
ร้านอาหารมีหลากหลาย	3.90	0.747	มาก	3
11. ด้านกระบวนการ				
ขั้นตอนการให้บริการมีความสะดวกเป็นระบบระเบียบ	4.05	0.680	มาก	1
มีกระบวนการในการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม	3.95	0.641	มาก	2
ขั้นตอนการให้บริการมีความรวดเร็ว	3.85	0.702	มาก	3

จากตารางที่ 3 พบว่า 1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดที่สำคัญคือสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีความสวยงาม มีความอุดมสมบูรณ์ และสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมยังคงรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิม ($\bar{X}$ =4.35, 4.34 และ 4.30 ตามลำดับ) 2) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยดึงดูดที่สำคัญ ได้แก่ เทศกาลและกิจกรรม กิจกรรมผจญภัย และแหล่งซื้อสินค้า ช้อปปิ้ง ($\bar{X}$=4.03, 3.89 และ 3.73 ตามลำดับ) 3) ด้านสภาพแวดล้อม ปัจจัยดึงดูดที่อยู่ใน 2 อันดับแรก ได้แก่ ภูมิอากาศเหมาะสมต่อการท่องเที่ยวตามฤดูกาล และสภาพอากาศเหมาะต่อการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =4.26 และ 4.11 ตามลำดับ) 4) ด้านสถานที่และกิจกรรมสำหรับครอบครัว พบว่า 2 อันดับแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และกิจกรรมสำหรับครอบครัว ($\bar{X}$ =4.13 และ 4.03 ตามลำดับ) 5) ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยดึงดูดที่สำคัญได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ($\bar{X}$=4.21) 6) ด้านค่าใช้จ่าย/ความคุ้มค่าคุ้มราคา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ ค่าเดินทาง ค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าที่พัก ($\bar{X}$=3.92, 3.84 และ 3.76 ตามลำดับ) 7) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าช่องทางในการเดินทางท่องเที่ยวที่หลากหลายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับหนึ่ง รองลงไปได้แก่ความสะดวกในการเดินทางไปภูเขาสูง ($\bar{X}$=4.05 และ 3.89 ตามลำดับ) 8) ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าปัจจัยดึงดูดที่สำคัญได้แก่ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต และทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ($\bar{X}$ =4.13 และ 3.92 ตามลำดับ) 9) ด้านบุคคล พบว่าความมีมิตรไมตรีของคนในพื้นที่ และความซื่อสัตย์ของบุคคล เป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ($\bar{X}$ =4.32 และ 4.24 ตามลำดับ) 10) ด้านลักษณะทางกายภาพ

พบว่ ปัจจัยดึงดูดอันดับต้น ๆ คือ สภาพแวดล้อมที่สวยงามและสภาพอากาศที่สดชื่นไร้มลพิษ($\bar{X}$ ==4.38 และ 4.29 ตามลำดับ) และ 11) ด้านกระบวนการ ปัจจัยดึงดูดที่สำคัญได้แก่ ขั้นตอนการให้บริการที่มีความสะดวกเป็นระบบระเบียบ และมีกระบวนการในการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม ($\bar{X}$=4.05 และ 3.95 ตามลำดับ)

2. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์

จากผลการศึกษาทำให้ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์บนฐานอัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน โดยนำเสนอแยกเป็นรายชุมชน ดังต่อไปนี้

2.1 บ้านหนองเต่า บ้านหนองเต่าเป็นชุมชนที่มีจุดเด่นคือตั้งอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวซึ่งมีนักท่องเที่ยวเข้ามาอย่างต่อเนื่อง รายล้อมด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติปางช้าง และอยู่ติดกับดอยอินทนนท์ ในส่วนของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ยังไม่มีการรวมกลุ่มกันที่ชัดเจน แต่เป็นการพัฒนางานของแต่ละครัวเรือน เช่น บางครัวเรือนกำลังฝึกการทำสบู่สมุนไพร บางครัวเรือนมีแผนที่จะเปิดบริการโฮมสเตย์บริการนักท่องเที่ยว และอีกส่วนหนึ่งคือการเปิดธุรกิจท่องเที่ยวที่ทำในนามบุคคล แต่ยังไม่ได้รวมกลุ่มการบริหารงานในรูปองค์กรชุมชน อย่างไรก็ตาม จากการที่คณะผู้วิจัยได้ประชุมกับชุมชนพบว่า ชุมชนมีความตั้งใจที่จะยกระดับการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวให้เป็นการรวมกลุ่มกันมากขึ้น แต่อาจค่อยเป็นค่อยไป บ้านหนองเต่ามีนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจำนวนมากในช่วงราวเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ (ฤดูหนาว) ซึ่งมีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวไทยมักมาเที่ยวชมซากุระและเป็นนักท่องเที่ยวขาจรที่มุ่งหน้าไปทางดอยอินทนนท์แต่ผ่านเส้นทางบ้านหนองเต่า ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาพักที่โฮมสเตย์เพื่อสัมผัสวิถีชุมชน และบางส่วนขี่มอเตอร์ไซค์ท่องเที่ยวตามที่ต่าง ๆ และผ่านทางบ้านหนองเต่า สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านหนองเต่า โดยสรุปมีดังนี้ 1) พัฒนาโฮมสเตย์ที่สัมพันธ์กับความต้องการของนักท่องเที่ยว โฮมสเตย์เป็นส่วนที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเนื่องจากมีราคาประหยัดและได้สัมผัสกับวิถีชีวิตแบบคนท้องถิ่น แต่การเอาใจใส่ในการให้บริการเป็นสิ่งที่ชุมชนควรให้ความสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นห้องน้ำที่ได้มาตรฐาน ดูสะอาดและสะดวกต่อการใช้งาน ความน่าอยู่ของโฮมสเตย์ เช่น ความสะอาด ขนาดของห้อง และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจในมาตรฐาน และไม่จำเป็นต้องใช้วัสดุราคาแพง 2) พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บ้านหนองเต่ามีจุดเด่นที่มีจิตวิญญาณของการอนุรักษ์ป่าและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมสามารถสัมผัสถึงความเป็นธรรมชาติ การเอาใจใส่เรื่องสิ่งแวดล้อม โดยมีเด็กและเยาวชนเป็นสื่อกลางซึ่งสามารถพัฒนาสู่การเป็นมัคคุเทศก์น้อยที่ส่งต่อความรู้จากรุ่นสู่รุ่น 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านหนองเต่าในปัจจุบันมีเพียงชุดของกลุ่มชาติพันธุ์และกาแฟ แต่ยังสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่น ๆ ได้อีก โดยอาจอยู่ในรูปแบบของผ้าพื้นเมือง ของใช้ หรือสินค้าที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.2 บ้านดอกแดง ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนบ้านดอกแดงนั้นยังอยู่ในระดับที่อาจต้องปรับปรุงในบางประการ ยกตัวอย่างเช่น การบริหารจัดการที่ต้องมีการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยปัจจุบัน ชุมชนยังไม่ได้กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ชัดเจน ประกอบกับสมาชิกในชุมชนยังไม่ได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากเท่าที่ควร นอกจากนี้ ในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในชุมชนยังไม่ได้ถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านดอกแดง โดยสรุปมีดังต่อไปนี้ 1) พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากดอกไม้สีแดงยังปรากฏอยู่เพียงบางจุดเท่านั้น ควรปลูกดอกไม้สีแดงเพิ่มเติมเพื่อให้สามารถรักษาเอกลักษณ์ของการเป็นบ้านดอกแดงไว้ได้ และเป็นส่วนที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ 2) พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนตลอดจนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนให้มีมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากส่วนใหญ่ยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกระบวนการคิดและการทำงานร่วมกันกับกลุ่ม 3) พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง ยกตัวอย่างเช่น ดอย 360 องศา และโครงการหลวงแม่โถ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมบรรยากาศทั้งชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์

และทัศนียภาพอันสวยงามที่อยู่พื้นที่ใกล้เคียง อีกทั้งสถานที่เหล่านี้อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันอีกด้วย 4) พัฒนาที่พักแบบโฮมสเตย์ให้ได้มาตรฐาน ปัจจุบันบ้านดอกแดงมีโฮมสเตย์จำนวนน้อยและยังไม่ได้รับการปรับปรุงให้ได้ตามมาตรฐานโฮมสเตย์ หากสามารถพัฒนาโฮมสเตย์ให้สวยงามและได้มาตรฐานจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนได้เป็นอย่างดี

2.3 บ้านป่าแป๋ เป็นชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีความพร้อมมากที่สุด มีการบริหารการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยผู้นำชุมชนที่มีความเข้มแข็ง มีการจัดสรรผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชน มีบริการที่พักโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานในระดับที่บริการนักท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาถึงทิศทางอนาคตของการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านป่าแป๋แล้ว มีแนวทางในการพัฒนาดังต่อไปนี้ 1) พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในบางส่วน ได้แก่ น้ำตกหลังโรงเรียนเจ้าพ่อหลวงอุปถัมภ์ที่สามารถพัฒนาเป็นจุดพักผ่อนได้ สามารถยกระดับให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของบ้านป่าแป๋ได้ในอนาคต 2) พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรม เช่น การเดินชมหมู่บ้านตามจุดต่าง ๆ โดยอาจมีการบริการนำเที่ยวโดยมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือบุคคลที่เป็นตัวแทนของชุมชน 3) ยกระดับโฮมสเตย์ แม้ว่าโฮมสเตย์บ้านป่าแป๋จะอยู่ในระดับที่ดีในระดับหนึ่ง แต่เมื่อศึกษาในรายละเอียดยังพบว่า สามารถพัฒนาให้อยู่ในระดับที่สูงขึ้นได้อีก เช่น ความสะอาด และรายละเอียดปลีกย่อยที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยส่วนสำคัญที่ควรพัฒนาอันดับแรกคือ ห้องน้ำในโฮมสเตย์ 4) พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกระแสหลัก เนื่องจากตำแหน่งที่ตั้งของบ้านป่าแป๋อยู่ในพื้นที่อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ชุมชนบ้านป่าแป๋สามารถพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวกระแสหลักในอำเภอแม่สะเรียงได้ 5) พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชนบ้านป่าแป๋ โดยปัจจุบันผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอยู่ประกอบด้วย เสื้อผ้าและกระเป๋าย่ามของกลุ่มชาติพันธุ์เลอเวือะ ส่วนเครื่องจักสานมักผลิตไว้เพื่อใช้ในครัวเรือน แต่ยังไม่ได้พัฒนาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อเพื่อไปใช้ประโยชน์ 6) พัฒนาระบบการจัดการขยะและการรักษาสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน เนื่องจากยังเป็นปัญหาสำคัญของชุมชนในขณะนี้

2.4 บ้านขุนอมลอง บ้านขุนอมลองเป็นชุมชนที่มีศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอันดับสองรองจากชุมชนบ้านป่าแป๋ จุดเด่นของบ้านขุนอมลองคือป่าที่อุดมสมบูรณ์ที่สามารถดึงดูดกลุ่มที่รักป่าและนักเดินป่าที่รายล้อมด้วยธรรมชาติ ผลการศึกษาศักยภาพของชุมชนบ้านขุนอมลองพบว่า บ้านขุนอมลองยังมีจุดสามารถพัฒนาใน 2 ประการที่สำคัญ คือ 1) พัฒนาการบริหารจัดการ โดยอาจเริ่มจากการพัฒนากลุ่มเล็ก ๆ ที่มีความสนใจในการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นกลุ่มริเริ่มกลุ่มเล็กที่อาจก่อตัวขยายไปสู่กลุ่มที่ใหญ่ขึ้นในอนาคต ซึ่งในขณะนี้ได้เริ่มมีกลุ่มเยาวชนที่สนใจในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวในเบื้องต้นแล้ว 2) พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ เช่น พัฒนาป่าสะดือให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวไปเก็บชา หรือมีกิจกรรมอื่น ๆ ที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น การทำข้าวใบชา ข้าวใบเมี่ยง

2.5 บ้านจะโบ-ปะสี สำหรับบ้านจะโบนั้น แม้ว่าจะมีศักยภาพการบริหารจัดการที่ต่ำกว่าหมู่บ้านอื่น ๆ แต่บ้านจะโบมีเสน่ห์คือเป็นหมู่บ้านที่รักษาวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไว้เป็นอย่างดี การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านจะโบอาจสำเร็จได้โดยอาศัยการร่วมมือกันของทุกฝ่าย แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของบ้านจะโบอาจทำได้ในลักษณะต่อไปนี้ 1) กำหนดช่วงเวลาการท่องเที่ยวที่ชัดเจนลงในปฏิทินการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทศกาลกินวอที่นักท่องเที่ยวจะได้มีโอกาสชมการเต้นในเทศกาลข้าวใหม่ และได้รับประทานอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ 3) ปรับภูมิทัศน์ของบ้านจะโบให้สวยงาม เนื่องจากปัจจุบันยังไม่ได้ส่งเสริมในการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในชุมชนมากนัก อาจทำให้ขาดเสน่ห์และไม่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้อาจเริ่มจากพื้นที่เล็ก ๆ แล้วขยายไปบริเวณอื่น ๆ หรืออาจทำการปรับภูมิทัศน์ด้วยการทำการเกษตรก็ได้ เช่น การปลูกผักแนวตั้ง ซึ่งนอกจากจะสร้างความสวยงามแล้ว ยังเป็นประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตเนื่องจากบ้านจะโบมีข้อจำกัดด้านพื้นที่ทำกิน สำหรับบ้านปะสี จุดเด่นของบ้านปะสีคือมีทิวทัศน์ที่สวยงาม อยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยว และสามารถพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นได้ จุดเด่นอีกประการหนึ่งคือผู้นำหมู่บ้านเป็นเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลมะลิกา จึงมีความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการ รวมถึงการมีส่วนร่วมกับการบริหารส่วนตำบลในการพัฒนาชุมชน

แนวทางการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวที่สำคัญของบ้านปะสี ได้แก่ 1) การจัดพื้นที่บริเวณปากทางเข้าชุมชนให้เป็นศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของสมาชิกในชุมชน เป็นศูนย์กระจายสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน 2) ปรับปรุงบ้านให้เป็นโฮมสเตย์ ปัจจุบันบ้านปะสียังไม่มีโฮมสเตย์สำหรับบริการนักท่องเที่ยวแม้แต่หลังเดียว แต่ในขณะนี้เริ่มมีแนวคิดที่จะพัฒนาโฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐานโดยอาจเริ่มจากหนึ่งหลังก่อน แล้วค่อยพัฒนาจำนวนโฮมสเตย์ให้มากขึ้นในอนาคต 3) พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การชมทิวทัศน์บริเวณชุมชนและกิจกรรมระหว่างเทศกาลกินวอ ซึ่งจัดเป็นประจำทุกปีในช่วงขึ้นปีใหม่ และอาจร่วมมือกับชุมชนบ้านจะโบในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเนื่องจากมีวัฒนธรรมประเพณีเหมือนกันทุกประการ

สรุปและอภิปรายผล

1. สรุปผลการศึกษาศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว เส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่าแต่ละชุมชนมีศักยภาพในระดับที่ต่างกัน โดยปัจจัยสำคัญของความแตกต่างเหล่านั้นคือองค์กรชุมชนที่มีความเข้มแข็ง ดังที่พบในชุมชนบ้านป่าแป๋ เป็นชุมชนที่มีผู้นำและสมาชิกในชุมชนที่นิยมแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการของการพัฒนาชุมชน กระบวนการทำงานที่เน้นการมีส่วนร่วมจึงเป็นคำตอบที่เป็นผลของการเห็นคุณค่าของความเท่าเทียมกันในชุมชน สมาชิกทุกเพศทุกวัยได้นำเสนอความคิดเห็นของตนเองอย่างเต็มที่ โดยมีเป้าหมายเดียวกันคือการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน ในการพัฒนาชุมชนจึงต้องส่งเสริมและสนับสนุนการมีส่วนร่วม จึงจะนำไปสู่ความยั่งยืนได้ (ศิริพันธ์ นันสุนานนท์, 2563) ชุมชนที่สามารถยกระดับศักยภาพชุมชนท่องเที่ยวขึ้นมารองจากชุมชนบ้านป่าแป๋ คือชุมชนบ้านหนองเต่า ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มเยาวชนมีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะร่วมมือกันในการทำงานโดยไม่ต้องรอการบริหารงานขององค์กรหลักในชุมชน สามารถรวมกลุ่มในการพัฒนาทั้งทางด้านการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ชุมชน การประกอบอาชีพ และการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ยกตัวอย่างกรณีของคุณเจริญ ดินุ ผู้ก่อตั้งวงดนตรีขยะลอแอะ ที่มีศักยภาพในการรวมกลุ่มเยาวชนขึ้นมาได้อย่างเข้มแข็งจนสามารถสร้างเครือข่ายการทำงานทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สำหรับชุมชนบ้านดอกแดง บ้านขุนอมลอง และบ้านจะโบ-ปะสี อาจต้องการการให้คำปรึกษาและการสนับสนุนจากภาครัฐหรือผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้สามารถวางรากฐานสำหรับกลุ่มหรือองค์กรชุมชนที่สามารถริเริ่มดำเนินการในเบื้องต้นเพื่อที่จะขยายสู่การพัฒนาศักยภาพในระดับที่สูงขึ้นในอนาคต ผลการค้นหาเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนพบเส้นทางการท่องเที่ยวจำนวน 4 เส้นทาง โดยแต่ละเส้นทางสามารถผสานเข้ากันได้กับเส้นทางการท่องเที่ยวกระแสหลักของจังหวัดเชียงใหม่และแม่ฮ่องสอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่ค่อนข้างได้เปรียบในการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวกระแสหลัก ไม่ว่าจะเป็นชุมชนบ้านหนองเต่า บ้านดอกแดง และบ้านจะโบ-ปะสี การพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจึงควรพิจารณาถึงการพัฒนาความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวกระแสหลัก (Mass Tourism) ให้นักท่องเที่ยวกระแสหลักได้มีส่วนร่วมกับการเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวทางเลือกที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสีเขียวของประเทศไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) สำหรับผลการศึกษาปัจจัยผลักดันที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเป็นอันดับต้น ๆ ได้แก่ นักท่องเที่ยวมีความต้องการเยี่ยมชมสถานที่ที่ไม่เคยไปมาก่อนที่มีวัฒนธรรมเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากของตนเอง ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวโดยชุมชนมักมีปัจจัยผลักดันในลักษณะดังกล่าว ดังผลการศึกษาของ Lwoga (2019) ที่ศึกษาปัจจัยผลักดันของนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในแอฟริกาและพบว่า วิถีแห่งวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เป็นปัจจัยผลักดันที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยผลักดันที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ได้ผ่อนคลายจากความเครียดความไม่สบายใจต่าง ๆ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kanyapat Pattanapokinsakul & Panuwat Phakdee-auksorn (2015) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดภูเก็ต โดยผลการศึกษาปัจจัยผลักดันพบว่าความต้องการผ่อนคลายจากความเครียดเป็นปัจจัยอันดับสองรองจากความต้องการลิ้มลองอาหารท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเป็นอันดับต้น ๆ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์ ความมีมิตรไมตรีของคนในพื้นที่ และภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว

ทำให้เชียงใหม่และแม่ฮ่องสอนเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่โดดเด่น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่าการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะได้รับข้อมูลต่าง ๆ ในระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อใช้สำหรับการวางแผนการท่องเที่ยว เป็นสื่อใหม่ (New Media) ที่สำคัญยิ่งในยุคปัจจุบัน (Wandee Sutthinarakorn, Jeerapattanatorn, & Siriporn Tanjor, 2018)

2. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ค้นพบแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่หลากหลายภายใต้บริบทของชุมชนที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามส่วนสำคัญของการพัฒนาจะต้องให้ความสำคัญกับการบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบการท่องเที่ยวและค้นหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้วยความคิดสร้างสรรค์เป็นส่วนสำคัญของกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้และสนับสนุนการกล่อมเกลาสังคม (วิทวัส กรมณีโรจน์ และนราพงษ์ จรัสศรี, 2563) สามารถเป็นฐานรากที่เข้มแข็งของสมาชิกในชุมชนและองค์กรชุมชนในการพัฒนาในรอบต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรนำเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 4 เส้นทางไปใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเส้นทางการท่องเที่ยวเหล่านี้ นอกจากจะใช้เป็นตัวเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะใช้เพื่อวางแผนการท่องเที่ยวแล้ว เส้นทางเหล่านี้สามารถผสานเข้ากันได้กับเส้นทางการท่องเที่ยวกระแสหลัก ที่มีนักท่องเที่ยวนิยมอยู่แล้ว ทำให้ได้เส้นทางการท่องเที่ยวแบบผสมผสานสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการหลากหลาย

2. แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เสนอไว้ เป็นแนวทางที่ชุมชนตรวจสอบแล้วว่ามีความเป็นไปได้และสามารถเริ่มดำเนินการได้ หากชุมชนใดที่พัฒนาศักยภาพชุมชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่ยังต้องปรับปรุง ให้สามารถเสริมพลังจนเข้มแข็งขึ้นมาได้ จะนำไปสู่การพัฒนาในหลายมิติในอนาคตต่อไป

3. การริเริ่มนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่การปฏิบัติจะช่วยทำให้ชุมชนเริ่มมองเห็นลู่ทางในการประกอบอาชีพ ได้สัมผัสปัญหาและได้ค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหาโดยใช้ความสามารถในการเป็นนักวิจัยท้องถิ่น จะเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน

4. การจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์โดยเฉพาะสื่อออนไลน์เป็นสื่อที่ทรงประสิทธิภาพและช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลตลอดจนมีความมั่นใจในการวางแผนการท่องเที่ยว และอาจจัดทำเอกสารเผยแพร่ที่เป็นเวอร์ชันภาษาอังกฤษเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ภายหลังจากที่ชุมชนได้นำข้อเสนอต่าง ๆ ไปปรับใช้กับชุมชนท่องเที่ยวแล้ว ควรทดลองทำการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยว เป็นการวิจัยด้วยตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนารอบถัดไป ทั้งนี้เนื่องจากอาสาสมัครมีองค์ความรู้ในฐานะนักวิจัยท้องถิ่นและสามารถดำเนินการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองได้

2. ควรทำความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐหรือคณะผู้วิจัยอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ เพื่อติดตามผลการดำเนินการตลอดจนเพื่อให้อยู่ในกระบวนการของการให้คำปรึกษา ทั้งนี้ เนื่องจากงานในบางด้านชุมชนอาจยังต้องพึ่งพาภาครัฐและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้สามารถดำเนินงานต่อไปได้ด้วยความมั่นใจ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) พ.ศ. 2560 - 2564.** กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

พจนา สวนศรี. (2546). **คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.** กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.

วรรณดี สุทธินรากร. (2558). แนวทางในการประสานความร่วมมือเพื่อสร้างความมั่นคงในอาชีพของเกษตรกรในภาคเกษตรกรรมตามโครงการ Smart Officer และ Smart Farmer. ใน **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี.** 10(2): 38-55.

วิทวัส กรมณีโรจน์ และนราพงษ์ จรัสศรี. (2563). การสร้างสรรค์นาฏยศิลป์จากข้อถกเถียงเรื่องเพศ. ใน **วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ.** 21(2): 68-82.

ศิริพันธ์ นันสุนานนท์. (2563). แผนที่ชุมชนและการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวโดยชุมชนในเขตทุ่งครุกรุงเทพมหานคร. ใน **วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ.** 21(2): 83-93.

Lwoga, N.B. (2019). International Demand and Motives for African Community-Based Tourism. **Geojournal of Tourism and Geosites**. 25(2): 408-428.

Kanyapat Pattanapokinsakul & Panuwat Phakdee-auksorn. (2015). Analysis of Push and Pull Travel Motivation of Foreign Tourists to Local Markets: A Case Study of Phuket, Thailand. **Journal of International and Thai Tourism.** 11(2): 43-63.

Wandee Sutthinarakorn, Pattarawat Jeerapattanatorn, & Siriporn Tanjor. (2018). Development of Community-based Tourism in Trat Province to Link to Cambodia and Vietnam. **International Journal of Management and Applied Science.** 4(4): 74-79.