

JITT

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2560) | <http://gstm.nida.ac.th/jitt>



การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม สุดถนอม ต้นเจริญ	1
การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ณัฐพัชร มณีโรจน์	25
การท่องเที่ยวชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไผ่หวาน บ้านดอนแดง อำเภอสรีสงคราม จังหวัดนครพนม พรหมกัลยา ชูทนต์บุญทิพย์	47
การจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและ ยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว โชคชัย สุเวชวัฒนกุล	63
การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี วิษณุตา มาชู และ ปกิตา โนราศิลป์	81
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร นรินทร์ศิริ ธีรยงพันธ์ และ รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์	105

วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ
Journal of International and Thai Tourism

วัตถุประสงค์และขอบเขต

วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ (Journal of International and Thai Tourism) เป็นวารสารวิชาการเผยแพร่บทความวิชาการและบทความที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการทำวิจัยเชิงสหสาขาวิทยาการ (Multi-disciplinary) และเผยแพร่งานวิจัยเชิงประจักษ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เน้นการเผยแพร่องค์ความรู้ที่พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยหรืองานวิชาการที่เกี่ยวกับองค์ประกอบและมิติต่างๆในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ อาทิเช่น การวางแผนและนโยบายการท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ นวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการการท่องเที่ยว การสื่อสารและแปลความหมายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โลจิสติกส์และการท่องเที่ยว ผลกระทบจากการท่องเที่ยว อุปสงค์การท่องเที่ยวขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

กำหนดการออกวารสาร ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม

ข้อมูลการติดต่อ

คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 ถนนศรีอยุธยา คลองจั่น บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทรศัพท์ 02 - 727 - 3678

Email: jitt.nits@gmail.com

Website: <http://gstm.nida.ac.th/jitt>

จัดพิมพ์โดย

บจ. สุขุมวิทมีเดีย มาเก้ตติ้ง 203/42 พัฒนาการ 63 ประเวศ

กรุงเทพฯ 10250 โทรศัพท์ 0-2722-4200

เจ้าของ

คณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

กองบรรณาธิการ

รศ.ดร.พุทธกาล รัชธร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ดร.ตติยาพร จารุมณีรัตน์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วช.ภูเก็ต

ดร.พรพิชญ์ พรหมศิวัณท์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วช.ภูเก็ต

ผศ.ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ดร.โสมยง โต๊ะทอง สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยวไทย

รศ.มนัส ชัยสวัสดิ์ สมาคมนักวิชาการการท่องเที่ยวไทย

รศ.สุพาดา สิริกุดตา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ดร.แสงแข บุญศิริ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผศ.ดร.กนกกานต์ แก้วนุช สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ดร.วรวิทย์ สุเมธ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผศ.ดร.ชุกกลิน อุณวิจิตร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รศ.ร.อ.ชูวิทย์ สุขฉายา มหาวิทยาลัยศิลปากร

รศ.ดร.รัศมี ชูทรงเดช มหาวิทยาลัยศิลปากร

รศ.สุนัย เลี้ยวเพ็ญวงษ์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บรรณาธิการวารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

ผศ.ดร.รัชพงษ์ วงศาโรจน์

ที่ปรึกษา

คณบดีคณะกรรมการจัดการท่องเที่ยว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ ฉบับที่ 2/2560

รศ.สุภาพร สุกสีเหลือง รศ.สุนัย เลี้ยวเพ็ญวงษ์

ผศ.ดร.กนกกานต์ แก้วนุช ผศ.ดร.สุวารี นามวงศ์

ผศ.ดร.รัตนา เวทย์ประสิทธิ์ ผศ.ดร.ชูศักดิ์ สุทธิสา

ผศ.ดร.ณารัตนา วีระกิจ ดร.แสงแข บุญศิริ

ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์

ดร. สุขุมล กล้าแสงใส ดร.ธนภูมิ อดิเวทิน

บทบรรณาธิการ

ปี พ.ศ. 2560 เป็นปีแห่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติฉบับที่สองของปีที่ 13 นี้จึงมีบทความวิชาการและบทความวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยชุมชนรวม 3 บทความ บทความแรกเป็นบทความวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางขันแตก จังหวัดสมุทรสงคราม บทความที่สองเป็นบทความวิชาการอธิบายแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และบทความที่สามซึ่งเน้นวิจัยความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยศึกษาในพื้นที่ชุมชนน้ำหนองไขววาย จังหวัดนครพนม

ในส่วนของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น บทความลำดับที่ 4 และลำดับที่ 5 มีเนื้อหาเน้นที่กลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยบทความลำดับที่ 4 เป็นบทความวิจัยที่ศึกษาถึงการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ส่วนบทความลำดับที่ 5 เป็นบทความวิจัยประเมินการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

บทความสุดท้ายเป็นบทความวิจัยที่ศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่ท่องเที่ยวโดยลำพัง ซึ่งเป็นตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีแนวโน้มเติบโตสูงแต่ยังคงมีข้อจำกัดด้านความไม่มั่นใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว บทความนี้ยังได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวต่อไป

พบกับบทความวิจัยและบทความวิชาการที่มีคุณค่า น่าสนใจ และเป็นประโยชน์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและนานาชาติเช่นเคยในฉบับหน้าครับ

รักษพงศ์ วงศาโรจน์

บรรณาธิการบริหาร

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืนของชุมชนบางชั้นแตก จังหวัดสมุทรสงคราม

Community Based Tourism Management and Sustainable
Tourism Development of Bangkantaek Community in
Samutsongkhram Province

สุดถนอม ตันเจริญ*

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนบางชั้นแตก จ.สมุทรสงคราม เป็นการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน และแนวทางการรับรู้และการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนบางชั้นแตก ซึ่งเป็นการต่อยอดการวิจัยเพื่อถ่ายทอดความรู้และกระตุ้นจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน จากการรวบรวมข้อมูลจากประชาชน 536 คน จาก 12 หมู่บ้าน พบว่า ศักยภาพด้านองค์กรชุมชนและด้านการจัดการในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมากที่สุด โดยเฉพาะการที่ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน ชุมชนสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ และการมีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบสำคัญของศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุด ส่วนการรับรู้และเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้เรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเรื่องการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือนมากที่สุด

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร. อาจารย์ประจำหลักสูตรการประกอบการธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา



จากสื่อแผ่นพับที่ผู้วิจัยได้จัดทำและเผยแพร่โดยจัดกิจกรรมบริการวิชาการและแจกจ่ายไปยังผู้นำชุมชนและชุมชนทุกหมู่บ้านก่อนเก็บข้อมูลภาคสนาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าในภาพรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ยั่งยืน กิจกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อรายได้ของชุมชน สังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนมากที่สุด

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

A study of community based tourism management and sustainable tourism development of Bangkantaek Community in Samutsongkhram Province has aim for studying to understand the level of community based tourism management and the ability to be further sustainable tourism development that continues the research findings in 2012. Data was gathered from 536 samples in 12 villages of Bangkantaek Community. The performance of community based tourism management in “community organizing” and “management” factors were founded at the highest level, especially in the items of understanding to each other among people and the ability of linkage for tourism and overview of community development. Besides, the regulations and rules in their environmental, cultural, and tourism management were the essential components of potential in community based tourism management. For the perception and learning on community based tourism management, most samples acknowledge about community based tourism management from printed media (brochure) via the activities of academic project that researcher conducted before field study. As a whole of overview on sustainable tourism development, most samples referred that tourism activities effect sustainable incomes, society, and environment at the highest level.

Keywords: Community Based Tourism, Tourism Development, Sustainable Tourism

บทนำ

การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเป็นฐานในการบริหารจัดการ (Community-based Tourism หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า "Host Management") ในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมาได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และในอนาคตมีแนวโน้มที่จะเติบโตเป็นเครือข่ายมากขึ้น ทั้งนี้รูปแบบของการจัดการโดยชุมชนถูกคาดหวังว่าเป็นวิธีการจัดการท่องเที่ยวแบบหนึ่งที่มีศักยภาพ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการ และสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรการท่องเที่ยวในตัวเอง (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2559)

ท่ามกลางกระแสท้องถิ่นนิยม ที่มุ่งเน้นให้มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับสิทธิชุมชนท้องถิ่น ดังจะเห็นได้จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 พอสรุปได้ว่า ในมาตรา 46 และมาตรา 56 กล่าวถึงการให้สิทธิชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน มีการกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเองและการตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นตาม มาตรา 78 รวมทั้งกระแสการเรียกร้องของชุมชนท้องถิ่นท่ามกลางแนวคิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (กอบกุล ราชะนาคร, 2550)

ปัญหาอุปสรรคที่พบจากผลการวิจัยในหลายพื้นที่พบว่า ปัญหาในการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่น ประชาชนในท้องถิ่นไม่ค่อยได้รับทราบข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และขาดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเชิงอนุรักษ์ ขาดการประสานความร่วมมือกันระหว่างประชาชนกับหน่วยงานภาครัฐ ปัญหาความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ รวมทั้งหน่วยงานรัฐไม่ค่อยเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจัง (อุษาวดี พลพิพัฒน์, 2545, อานิสค์ โอทาตะวงศ์, 2557)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่แหล่งทรัพยากรอันหลากหลายของชุมชนคือทางออกที่น่าสนใจในการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม การพิจารณาการใช้ประโยชน์ในประเด็นนี้เป็นการเน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลักมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่ ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงตั้งอยู่บนฐานคิดที่เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการฟื้นฟูและอนุรักษ์สภาพแวดล้อม นักวิจัยเล็งเห็นถึงจุดเด่นเชิงพื้นที่ คือวัดและศาลาการเปรียญที่ยังคงรูปแบบดั้งเดิมและความสามัคคีของชุมชน ต.บางขันแตก ที่มีความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตน้ำตาลมะพร้าว ผ้ามัดย้อม และ



สินค้าอื่นๆ ที่ใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมจากบรรพบุรุษ บ่งบอกถึงความพร้อมด้านบริบทของพื้นที่ที่ควรสนับสนุนการสืบทอดแก่คนรุ่นหลัง เพื่อสร้างสำนึกรักท้องถิ่น รวมทั้งสามารถให้คำอธิบายกับคนนอกหรือนักท่องเที่ยวได้รับรู้ และเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้คนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ดังแนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเน้นการจัดการท่องเที่ยวบนเงื่อนไขของการจัดการที่มีความรับผิดชอบต่อที่จะช่วยกันลดผลกระทบต่องานแวดล้อมและสังคม (พจนา สวนศรี, 2546)

การศึกษาศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน โดยอาศัยความร่วมมือขององค์การบริหารส่วนตำบล ผู้นำชุมชน และชาวบ้าน ล้วนมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบกับการจัดทำสื่อแผ่นพับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนแจกชาวบ้านและผู้นำชุมชน ภายใต้โครงการบริการวิชาการเพื่อถ่ายทอดความรู้ให้แก่ชุมชน โดยมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์และประเมินศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชน ต.บางขันแตก อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม
2. เพื่อศึกษาถึงความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและผลกระทบต่อชุมชน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการรับรู้และการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีประสิทธิผลด้านความเข้าใจ

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ผู้นำชุมชนและชาวบ้านสามารถนำผลการวิจัยสรุปเป็นแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบางขันแตกได้อย่างยั่งยืน
2. ชุมชนอื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกันสามารถนำแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต.บางขันแตก ไปปรับใช้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

3. องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดแผนปฏิบัติการเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมหรือสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนตามบริบทของชุมชนได้อย่างเหมาะสม

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายและรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism; CBT) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน” โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้าน พร้อมกันทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ (วิระพล ทองมา, 2559) ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ในความหมายที่ครอบคลุมทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งหมายความถึง พื้นที่ สิ่งของ กิจกรรม และหรือมิติอื่นใดที่สามารถให้คุณค่าเชิงการท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติคุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ เป็นต้น แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถปรากฏได้ทั้งในลักษณะของรูปธรรมที่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง เช่น สิ่งก่อสร้าง ของที่ระลึก ถ้ำ และน้ำตก เป็นต้น และในลักษณะของนามธรรมที่ไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้องแต่สามารถสัมผัสได้ด้วยทางอื่น เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา ความเป็นชนเผ่า และการเล่นการแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น รวมถึงสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่นดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว (มนัส สุวรรณ และคณะ, 2541)

จะเห็นได้ว่า การส่งเสริมการพัฒนาในทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นและชุมชนจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องการความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ รวมไปถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนเอง ชุมชนจึงควรมีบทบาทสำคัญในการจัดการเพราะพวกเขารู้จักทรัพยากรในพื้นที่และเข้าใจสิ่งที่เขาต้องการพัฒนาหรืออนุรักษ์ไว้มากที่สุด



สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2559) สรุปไว้ว่า รายการนำเที่ยวมีการออกแบบเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น แลกผู้มาเยือนและสมาชิกในชุมชนมีโอกาสที่จะพบและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การนำเที่ยวและบริการต่างๆ ดำเนินการโดยกลุ่มองค์กรชุมชน มีการแบ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ

จากการที่ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีจำกัดไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ซึ่งผู้ดูแลหรือเป็นเสมือนเจ้าของก็คือประชาชนที่อยู่ในชุมชนนั้นๆ ว่าจะมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างไร เพราะทรัพยากรทุกอย่างต้องมีข้อจำกัดในการใช้ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามการใช้ที่ยั่งยืน และเป็นไปได้หรือไม่ที่จะดำเนินการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง (วิระพล ทองมา, 2559) ดังนั้น ชุมชนและนักท่องเที่ยวก็ควรตระหนักถึงข้อจำกัดด้านทรัพยากรเพื่อการวางแผนการจัดการอย่างรัดกุม ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับการสำรวจและศึกษาความพร้อมในแต่ละด้านก่อนลงมือดำเนินการ

องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

พจนานุกรม (2546) อธิบายไว้ว่า องค์ประกอบหลักของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอยู่ 4 ด้าน คือ (1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ประกอบด้วย การที่ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (2) องค์กรชุมชน ประกอบด้วย ระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา (3) การจัดการ ด้านกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมมีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน (4) การเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน และสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน



ดังนั้น หัวใจของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงอยู่ที่ความเป็นเจ้าของร่วมกัน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจกำหนดเป้าหมายและทิศทางการดำเนินการ ซึ่งสะท้อนถึงความภาคภูมิใจในความเป็นชุมชน และส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิต สิ่งแวดล้อม รักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านกระบวนการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ โดยมีผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์โดยตรงแก่ชุมชนในส่วนของ การสร้างงานสร้างรายได้อย่างเป็นธรรม ทั้งนี้ ระบบการจัดการเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะการกำหนดระดับของการมีส่วนร่วมที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงกระบวนการความร่วมมือ 5 ระยะ คือ ระยะเริ่มต้น ระยะที่ 2 กำหนดปัญหาหรือเป้าหมาย ระยะที่ 3 คือกำหนดทิศทางการดำเนินงาน ระยะที่ 4 การกำหนดโครงสร้างการทำงาน และระยะสุดท้ายคือระยะของผลลัพธ์ (Outcomes) (Okazaki, 2008) ซึ่งคำนึงถึงบทบาทและหน้าที่ภายในกลุ่มและต่อนักท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าการกำหนดระดับของการมีส่วนร่วมคือหน้าที่ของผู้นำกลุ่มและวางแผนการดำเนินงานอย่างรัดกุมเพื่อสร้างความเข้าใจแก่สมาชิก รวมถึงการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการและองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนและมีความโปร่งใสในการแบ่งปันประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างมีเหตุมีผล

การศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน แยกออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ การประเมินความเป็นไปได้และความพร้อมของชุมชน เพื่อสรุปตัวแปรในการศึกษาศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชน ต.บางขันแตก อย่างยั่งยืน จากแนวคิดเกี่ยวกับการประเมินความเป็นไปได้และความพร้อมของวิระพล ทองมา (2559) ดังนี้

การประเมินความเป็นไปได้ของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. ผู้นำชุมชนและแกนนำชุมชนสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอก และสภาพปัญหาชุมชนตลอดจนมองแนวทางแก้ไขปัญหามาได้แบบชัดเจน และมองกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่ง หรือกิจกรรมร่วมเชื่อมต่อทิศทางการแก้ไขปัญหาโดยภาพรวมของชุมชนได้ แล้วจึงได้กำหนดเป็นวัตถุประสงค์เป้าหมายการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. การมีส่วนร่วมของชุมชนทั้งหมด



3. การพิจารณาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หรือของดีในชุมชนเพื่อจัดปรับเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องต่อชุมชน ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมให้น้อยที่สุด

5. ความพร้อมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยว

6. การเสริมสร้างบรรยากาศการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีการสร้างสภาพแวดล้อมให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงบรรยากาศของสังคมนั้นอย่างแท้จริง การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่หลงใหลความตื่นเต้นในการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน

7. ประสบการณ์ทักษะในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องบูรณาการความต้องการความเพลิดเพลิน ความตื่นตัวและการเรียนรู้ ให้เป็นโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่

การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวเป็นเสมือนงานพัฒนาชุมชนอย่างหนึ่ง เป็นสิ่งที่ดูเหมือนง่ายแต่ทำได้ยาก ต้องเริ่มจากการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ให้ชุมชนในการพิจารณาทั้งด้านบวกและลบของการท่องเที่ยว จากนั้นศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้านเพื่อทำการสำรวจทางกายภาพ ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน ศึกษาความสัมพันธ์ของชุมชนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว และศึกษากลุ่มต่างๆ ในชุมชน จะทำให้เห็นศักยภาพ - ข้อจำกัดของชุมชน และปัญหาของชุมชนร่วมกัน แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกัน ทั้งในด้านศักยภาพ - ข้อจำกัด โอกาสและความเสี่ยง เพื่อร่วมกันพัฒนาศักยภาพและแก้ไขจุดอ่อน วางรูปแบบการบริหารจัดการ ในขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดตั้งองค์กรขึ้นมาทำงาน หรืออาจใช้องค์การที่ชุมชนมีอยู่เดิมแต่เพิ่มเติมบทบาทหน้าที่ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยว โปรแกรมและราคาการจัดสรรผลประโยชน์ สู่ชาวบ้านและชุมชน และมาตรการในการป้องกันผลกระทบ โดยอาจจะเป็นการสร้างกฎ-กติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องมีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้รับรู้และช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจ แล้วจึงทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว หลังจากทดลองดำเนินกิจกรรมแล้ว ต้องมีการประเมินผล แยกออกมาเป็น 2 ส่วน คือ การประเมินผลและสรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมทุกครั้ง หรือการประเมินผลเป็นช่วงๆ ทุกๆ 3-6 เดือน เพื่อเป็นการทบทวนตนเอง และแก้ไขข้อบกพร่อง จากนั้นจึงนำผลที่ได้ไปวางแผน



พัฒนาองค์กร เช่น ฝึกอบรมด้านการบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย เป็นต้น การศึกษาดูงาน หรือพัฒนาทักษะการบริหาร การจัดการในชุมชนอื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน เพื่อเป็นตัวอย่างนำไปประยุกต์ หรือเป็นบทเรียนที่ชุมชนต้องพึงระวังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้ และวางมาตรการป้องกันไว้แต่เริ่มแรก

ดังนั้นการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของชุมชนบางขันแตก อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม โดยใช้องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของพจนานุกรม สอนศรี (2546) ได้แก่ (1) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (2) ด้านองค์กรชุมชน (3) ด้านการจัดการ และ (4) ด้านการเรียนรู้ เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย จัดว่าครอบคลุมตัวแปรสำคัญทุกข้อ รวมถึงการรับรู้และการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ได้รับความสนใจตั้งแต่ พ.ศ. 2523 (ค.ศ.1980) โดยสหภาพนานาชาติเพื่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและทรัพยากรธรรมชาติ (International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources) โครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Program) และกองทุนโลกเพื่อธรรมชาติ (World Wide Fund for Nature) เผยแพร่รายงาน เรื่อง Strategy for World Conservation ต่อมา พ.ศ. 2526 สหประชาชาติได้จัดตั้งคณะกรรมการโลกในเรื่องสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development) เพื่อศึกษาการสร้างสมดุลระหว่างสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนา พ.ศ.2530 คณะกรรมการดังกล่าวได้เผยแพร่เอกสารจากการศึกษา ชื่อ Our Common Future หรือรายงานบรันด์แลนด์ มีสาระสำคัญ คือ ‘การพัฒนาอย่างยั่งยืน’ (Department of Economic and Social Affairs, 1999) จากข้อสรุปในรายงานบรันด์แลนด์ รายงานยุทธศาสตร์การอนุรักษ์โลกและข้อสรุปของโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) สู่การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (The United Nations Conference on Environment and Development : UNCED) พ.ศ. 2535 (ค.ศ.1992) การพัฒนาอย่างยั่งยืนยังคงเป็นสาระสำคัญหลักของการประชุมนี้ พ.ศ.2545 มีการประชุม World Summit for Sustainable Development 2002 เป้าหมายสำคัญ คือ การเพิ่มพลังของข้อผูกมัดทางการเมืองสำหรับการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการเปลี่ยนแปลงจากแผนมาสู่การปฏิบัติ (จันทนา อินทปัญญา, 2548)



จากการประชุมระดับโลกหลายครั้ง ผลักดันความคิดเรื่อง “การพัฒนาที่ยั่งยืน” ส่งอิทธิพลถึงการให้ความสำคัญเรื่อง “การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน” จากกระแสการพัฒนากการท่องเที่ยว 3 ประการ (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2559) กล่าวคือ

1. กระแสความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
2. กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้
3. กระแสความต้องการในการพัฒนาคนและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

ความสำเร็จของการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องมาจากการดำเนินงานที่เป็นสหวิทยาการ มีความหลากหลายของวัฒนธรรม และการดำเนินการในหลายมิติพร้อมกันไปเพื่อให้การพัฒนาส่งผลที่เท่าเทียมกันต่อชนทุกกลุ่มในสังคม โดยเฉพาะให้สนองความต้องการของผู้ด้อยโอกาสที่สุดและอ่อนแอที่สุดในสังคม ได้แก่ ผู้มีรายได้น้อย เด็ก สตรี และคนในท้องถิ่นชนบท การพัฒนาอย่างยั่งยืนจะต้องเคารพในสิทธิและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์และสิ่งแวดล้อม สำคัญของการพัฒนาอย่างยั่งยืนก็คือ การป้องกันภาวะมลพิษ การอนุรักษ์ทรัพยากร การแบ่งผลประโยชน์และต้นทุนอย่างยุติธรรมและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการตัดสินใจในเรื่องที่จะส่งผลกระทบมาถึง ดังนั้นวิธีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นความพยายามหนึ่งของการสร้างทางเลือกในการพัฒนาในประเด็นการท่องเที่ยวที่ผู้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์จากท่องเที่ยวและมีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนา (Asia-Pacific Economic Cooperation, 2010)

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

อุษาวดี พูลพิพัฒน์ (2545) อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยชุมชนมีส่วนร่วมเป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง มีคุณภาพ และมีความสมดุลด้านความต้องการอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากรที่มี

ชุมชนสามารถจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ด้วยแนวคิดการตลาด ความสำเร็จของการตลาดอยู่ที่การตอบสนองความต้องการของชุมชนและลูกค้าได้พร้อมกัน (เช่น ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม วิถีชีวิต) ความสามารถในการทำกำไรในความหมายของประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่เหนือกว่าคู่แข่ง โดยมีการทำการตลาดเพื่อสังคมในความหมายของการตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อเป็นกรอบแนวคิดในการจัดการการตลาด (Kotler, et al., 2014)



การพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับชุมชน ต้องสามารถสนองความต้องการของชุมชนในปัจจุบัน ด้านคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ในขณะที่ชุมชนสามารถรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้คงคุณค่าสืบทอดแก่คนรุ่นต่อไป โดยสร้างผลกระทบเชิงลบและมลพิษใดๆ น้อยที่สุด (Centre for Sustainable Development, 2016) สอดคล้องกับหลักการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในมิติของการจัดการโดยชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิม มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน นักท่องเที่ยวสามารถเห็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับธรรมชาติ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชื่อมโยงกันในมิติของการมีส่วนร่วมของชุมชน มุ่งอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมไปถึงการสร้างงานและรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงเพื่อการพึ่งตนเองได้อย่างแท้จริง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นงลักษณ์ มณีรัตน์ และคณะ (2555) รายงานผลการวิจัย เรื่อง การหาแนวทางเสริมสร้างศักยภาพเครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชนจันทบุรี พบว่า การสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จ เนื่องจากมุ่งนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด นำเสนออัตลักษณ์ของการท่องเที่ยว ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง และการเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวพร้อมกับการสร้างสรรค์ประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งให้ความสำคัญกับข้อมูล การจัดการข้อมูล และองค์ความรู้ของชุมชนเพื่อนำไปสู่การจัดการสังคม วัฒนธรรม การบริหารทรัพยากรในชุมชนให้สอดคล้องกับมิติการพัฒนาสู่ความเป็นชุมชนท่องเที่ยว

เทพรัตน์ จันทพันธ์ และวิวัฒน์ ฤทธิมา ((2556 รายงานผลการวิจัย เรื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลบ้านขาว อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา พบว่าการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลบ้านขาว อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา มีรูปแบบของฐานการเรียนรู้ในชุมชน ซึ่งลักษณะของฐานองค์ความรู้ ประกอบด้วยกิจกรรมของแหล่งเรียนรู้ 15 แหล่ง การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลบ้านขาว อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา นั้น คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม มีการกำหนดทิศทางโดยชุมชน การจัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน โดยที่ชุมชนมีบทบาทในฐานะเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน องค์กร ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ เข้ามาร่วมคิด ร่วมวางแผน มีส่วนร่วมในการดำเนินการในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน



นงลักษณ์ จันทาภากุล และนรินทร์ สังข์รักษา. (2556). การศึกษาศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาจีน จ.ราชบุรี พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาจีนอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการพัฒนาการจัดการ การจัดกิจกรรม และด้านองค์กร ส่วนแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ต้องการการสนับสนุนงบประมาณเพื่อการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ต้องการความรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จและการศึกษาดูงานในพื้นที่อื่นที่ประสบความสำเร็จ สุดท้ายคือต้องการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การอนุรักษ์วัฒนธรรมและความเป็นอยู่ของชาวบ้าน โดยเฉพาะสื่อเว็บไซต์และการจัดกิจกรรม ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ชุมชนขาดความพร้อมด้านการจัดการที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว (ภูมิทัศน์ ป้ายบอกทาง สิ่งอำนวยความสะดวก และบุคลากรที่มีความรู้และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สุดถนอม ตันเจริญ (2558) รายงานผลการวิจัย เรื่อง ประเพณีลอยกระทงตามภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และป้ายประชาสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์เผยแพร่ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดผสมผสานกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย หลักการมีส่วนร่วม และการแบ่งปันผลประโยชน์และสมาชิกมีรายได้ที่เป็นธรรมทั่วถึง ด้วยการวางแผนและจัดการร่วมกันของสมาชิกในชุมชนย่อมก่อเกิดศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในความหมายของการพึ่งตนเองได้อย่างแท้จริง เป็นที่สนใจของชุมชน ต.บางขันแตกอย่างมาก รวมถึงการเรียนรู้ของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลต่อการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ ต.บางขันแตก อ.เมือง จ.สมุทรสงคราม ของนักท่องเที่ยวด้วย

ธัญชา ฤทธิ์เดช (2558) รายงานผลการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พอสรุปได้ว่า ความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ทั้งด้านวัฒนธรรม ประเพณีและสิ่งแวดล้อม เป็นปัจจัยสำคัญในการนำเสนอและดึงดูดนักท่องเที่ยว เพราะสิ่งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการมาสัมผัสคือ ความเป็นธรรมชาติ การค้นหาความดั้งเดิม ทิวทัศน์และสภาพอากาศ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ร้านอาหารริมคลอง โบราณสถาน โบสถ์คริสต์ และสถานที่พัก ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมและกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชน ลักษณะทางกายภาพโดยรวมของตลาดน้ำอัมพวา ความเป็นอยู่ของชุมชนตลาดน้ำ ได้แก่ กิจกรรมด้านประเพณี เช่น การทำกระทงกาบ



กล้วย ในช่วงเทศกาลลอยกระทง เทศกาลกินเจ และกิจกรรมด้านเกษตรกรรม เช่น การปลูกข้าวพันธุ์ไรซ์เบอร์รี่ เป็นโครงการจากแพทย์แผนมดแดง เป็นโครงการในพระราชดำริของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ

ฉิรพร แสงพิรุณ และสุนนรตี นิมนต์พันธ์ (2559) รายงานผลการวิจัย เรื่อง การจัดการกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชน คลองรางจระเข้ อำเภอเสนา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ลักษณะของทรัพยากร สภาพพื้นที่ และกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวคือ ชุมชนคลองรางจระเข้เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติ และทรัพยากรทางวัฒนธรรม อีกทั้งชาวบ้านร่วมกันทำโฮมสเตย์ จึงทำให้เกิดกิจกรรมนันทนาการต่างๆ ร่วมกับชาวบ้านในชุมชน ในระหว่างที่นักท่องเที่ยวเข้าพักที่โฮมสเตย์ เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤาษี และ อธิวัตร วรบำรุงกุล (2559) รายงานผลการวิจัย เรื่อง รูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับความริบเร่งของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องการบทบาทของ 5 ส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน นักท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษา ซึ่งจะช่วยกันสร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยว ทั้งด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆ ความปลอดภัย ความเป็นมิตร และสิ่งอำนวยความสะดวก ล้วนต้องการผู้บริหารและคนจากทุกฝ่ายส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน สำหรับชุมชนและท้องถิ่น ต้องมีการดูแลสถานที่ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ

Pookaiyudom (2013) รายงานผลการวิจัย เรื่อง The Integrated Learning of Community-based Tourism in Thailand นักศึกษาที่ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในห้องเรียนและเข้าร่วมการปฏิบัติงานจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับชุมชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเข้าใจในหลักการเรียนรู้ร่วมกันแบบบูรณาการ (Integrated Learning Approach) โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การลงมือปฏิบัติงานจริงโดยยึดหลักการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยการทำงานร่วมกันของคนในชุมชน วางแผนธุรกิจร่วมกันโดยหลักการเรียนรู้ร่วมกันแบบบูรณาการ ระหว่างนักศึกษาและสมาชิกในชุมชนแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว



Lacmanović (2016) ศึกษาแนวทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศมอนเตเนโกร ซึ่งเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ของทวีปยุโรป Lacmanović ศึกษาความเป็นไปได้ในการนำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า เป้าหมายของการตลาดและนโยบายการท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนต้องเกิดประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมต่อชุมชนท้องถิ่น ในทางตรงกันข้าม หากพิจารณาผลกระทบเชิงลบจากการท่องเที่ยว ควรเปรียบเทียบระหว่างภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวกับวัตถุประสงค์ของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ว่าด้านใดให้ประโยชน์ต่อชุมชนอย่างแท้จริง

จากผลการวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น ปัจจัยหรือตัวแปรสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านแหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว (ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับจุดเด่นของพื้นที่ การเรียนรู้ (ความรู้) และการจัดการ (การมีส่วนร่วม) สอดคล้องกับของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน (2559) ได้แก่ (1) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (2) ด้านองค์กรชุมชน (3) ด้านการจัดการ และ (4) ด้านการเรียนรู้ บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังต้องการการสนับสนุนของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแนวทางการตลาดที่คำนึงถึงประโยชน์ที่ชุมชนได้รับทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ในขณะที่ยังคงอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของชุมชน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และผลการวิจัยของ นงลักษณ์ มณีรัตน์ และคณะ (2555) ประเมินความสำเร็จของการสร้างเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างแท้จริง ปัจจัย สำคัญในการศึกษาศักยภาพของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้วยการประเมินศักยภาพและความพร้อมของชุมชนทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และ ด้านการเรียนรู้ สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบกับการสร้างความเข้าใจด้วยสื่อแผ่นพับแจกชาวบ้านและหน่วยงานราชการเพื่อสร้างการรับรู้และการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ก่อนเก็บข้อมูลภาคสนาม)



วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ ประชาชน/ชาวบ้านในตำบลบางขันแตก จำนวนหลังคาเรือน 927 หลังคาเรือน จำนวนประชากรทั้งหมด 4,595 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Sampling) แบ่งตามหมู่บ้าน ทั้งหมด 12 หมู่ คือหมู่ที่ 1 ถึงหมู่ที่ 12 สุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) กลุ่มเป้าหมายที่สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างสมบูรณ์รวมทั้งสิ้น 536 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และ ด้านการเรียนรู้

ส่วนที่ 3 การรับรู้และการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

คณะผู้วิจัยจะทำการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยเสนอแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ให้ที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาและภาษาที่ใช้และความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยที่ผู้วิจัยออกแบบแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและมีข้อคำถามตรงกับตัวแปรที่ต้องการศึกษา ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบด้านเนื้อหา พิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบสอบถามเป็นรายข้อ (การหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง; Index of Item – Objective Congruence: IOC)



การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ประชาชน/ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในตำบลบางขันแตก ทุกหมู่บ้าน รวม 12 หมู่ ในวันที่ 7 - 8 กุมภาพันธ์ 2559 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุ 41 ปีขึ้นไป โดยมีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้างและเป็นแม่บ้าน/พ่อบ้านมากกว่าอาชีพอื่น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ (Statistical Analysis) ประเภทสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) อธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation; S.D.) อธิบายเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน การรับรู้และการเรียนรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สามารถสรุปผลการวิจัยตามแบบสอบถามทั้ง 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม พบว่า ชุมชนมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนมีความเกี่ยวข้องกับศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุด ด้านองค์กรชุมชน พบว่า การที่ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกันเป็นองค์ประกอบสำคัญของศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุด ด้านการจัดการ พบว่า ชุมชนสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ และการมีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว เกี่ยวข้องกับศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุด ด้านการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้เรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในเรื่องการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือนมากที่สุด (ดังตารางที่ 1-4)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ สำคัญ
ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์	4.15	0.649	มาก
มีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน	4.21	0.678	มากที่สุด
ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	4.15	0.513	มาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านองค์กรชุมชน

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ สำคัญ
ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน	4.47	0.553	มากที่สุด
มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญหลากหลาย	4.20	0.668	มาก
ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการ พัฒนา สร้างเสริมงานและรายได้ให้แก่ชุมชน	4.02	0.765	มาก

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการจัดการ

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ สำคัญ
มีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว	4.26	0.700	มากที่สุด
มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว	4.10	0.606	มาก
สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้	4.31	0.578	มากที่สุด
มีการกระจายผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่าง เป็นธรรมสามารถจัดตั้งกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม	3.95 4.19	0.818 0.563	มาก มาก



ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการเรียนรู้

รายการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ สำคัญ
ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่แตกต่าง	4.24	0.676	มากที่สุด
มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน	4.04	0.691	มาก
สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน	4.43	0.549	มากที่สุด

ในภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีองค์ประกอบสำคัญด้านองค์กรชุมชน โดยเฉพาะการที่ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน และด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างในชุมชน ต.บางขันแตก เข้าใจและตระหนักถึงองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้ง 4 ด้าน ตามที่พจนานวนศรี (2546: 15) กล่าวถึง องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่ามีอยู่ 4 ด้าน คือ 1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) องค์กรชุมชน 3) การจัดการ 4) การเรียนรู้ นอกจากนั้นความคิดเห็นจากความเข้าใจของชุมชนเกี่ยวกับศักยภาพด้านองค์กรชุมชนและการจัดการชี้ให้เห็นว่า ชุมชนมีจิตสำนึกในการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็น มีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนา เกิดรายได้เพิ่มขึ้นมีการรวมตัวกัน สร้างความเข้มแข็งในชุมชน นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ตามความคาดหวังและความพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตามที่ วีระพล ทองมา (2555) และผลการวิจัยของ ธนัชชา ฤทธิ์เดช (2558) คือ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสังคมวัฒนธรรม 3) สิ่งแวดล้อม และสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนคือการรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสานสืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ได้ เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในความรู้สึกเป็นเจ้าของ มีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้การทำงานร่วมกันในที่สุดในความหมายของผลกระทบด้านบวกของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน



จากผลการวิจัย ศักยภาพด้านการจัดการเกี่ยวกับการกระจายผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างเป็นธรรม และศักยภาพด้านองค์กรชุมชน เกี่ยวกับชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา สร้างเสริมงานและรายได้ให้แก่ชุมชน มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด แสดงว่าสมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่ยังรู้สึกว่าการกระจายผลประโยชน์ที่ชาวบ้านได้รับจากการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่เป็นธรรมเท่าที่ควร ทั้งยังต้องการการมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้านต่างๆ เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤาษี และ อธิรัฐกร วรบำรุงกุล (2559) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องการบทบาทของ 5 ส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน นักท่องเที่ยว และสถาบันการศึกษา ซึ่งจะช่วยกันสร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยว ด้านความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความเป็นมิตร และสิ่งอำนวยความสะดวก ล้วนต้องการผู้บริหารและคนจากทุกฝ่ายส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน

ส่วนที่ 2 การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ยั่งยืน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ยั่งยืนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว มีผลต่อรายได้ของชุมชน สังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนมากที่สุด รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน อยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกับ กิจกรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อธรรมชาติ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก และลำดับสุดท้ายคือ ชุมชนดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติ วิถีชีวิตและวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก

ในภาพรวมของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ยั่งยืน พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อรายได้ของชุมชน สังคม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนมากที่สุด รองลงมา คือการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อระบบนิเวศชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิต สอดคล้องกับแนวคิดของ อุซาวดี พูลพิพัฒน์ (2545) กล่าวคือ การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนโดยชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่องมีคุณภาพ และมีความสมดุลด้านความต้องการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากรที่มี และ Kotler, et al., (2014) เสริมว่าชุมชนสามารถจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ด้วยแนวคิดการตลาด ความสำเร็จของการตลาดอยู่ที่การตอบสนองความต้องการของชุมชนและลูกค้าได้พร้อมกัน และความสามารถในการทำกำไรในความหมายของประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยทำการตลาดเพื่อสังคมในความหมายของการตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม



ส่วนที่ 3 การรับรู้และการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ด้านการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า สื่อแผ่นพับทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รับความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และช่วยให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความเป็นมาของชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ส่วนความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการทำงานและดำเนินชีวิตมากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้และแผ่นพับหรือสื่ออื่นๆ ชุมชนสามารถใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่บางชั้นแตกได้เป็นอย่างดี ซึ่งให้เห็นว่า การใช้แผ่นพับที่นักวิจัยได้ผลิตขึ้นเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี ดังนั้น ในการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวและการสื่อสารข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน เหมาะกับการใช้สื่อเฉพาะเพื่อการสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมายและชุมชน ทั้งนี้ ผู้ผลิตสื่อต้องคำนึงถึงรูปแบบและการออกแบบให้น่าสนใจ น่าอ่าน และน่าเก็บรักษา ด้วยความสวยงามของรูปภาพ คุณค่าของข้อมูลประวัติความเป็นมาและแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นความภาคภูมิใจของคนในชุมชน

ด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากความเห็นของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถนำความรู้เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปใช้ประโยชน์ในการทำงานร่วมกันในชุมชนและการดำเนินชีวิต อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้และแผ่นพับหรือสื่ออื่นๆ ชุมชนสามารถใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่บางชั้นแตกได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก ข้อมูลสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว ความรู้และแผ่นพับหรือสื่ออื่นๆ องค์การบริหารส่วนตำบลสามารถใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่บางชั้นแตกได้เป็นอย่างดี และลำดับสุดท้ายคือ ข้อมูลสถานที่และแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนสามารถใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่บางชั้นแตกได้เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก ซึ่งให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างค่อนข้างสนใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวที่สามารถนำไปใช้ได้จริง รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน หน่วยงานท้องถิ่น และการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐที่

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยความคิดเห็น 3 ด้านดังนี้

1) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกและมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ยั่งยืน โดยการจัดการการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกและมีความรับผิดชอบต่อ



สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศเกี่ยวข้องกับแม่น้ำ ลำคลอง มากที่สุด รองลงมาคือ สิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ และพืชพันธุ์ไม้ต่างๆ ตามลำดับ

2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวที่สร้างความรู้และให้ความรู้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีมติเห็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวที่สร้างความรู้และให้ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคือ การสร้างและการให้ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม และการสร้างงานสร้างอาชีพ ตามลำดับ

3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการให้ประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้ประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการ/กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกกิจกรรม

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เสนอให้องค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาลส่งเสริมและสนับสนุนการให้ความรู้ ส่งเสริมให้วัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยร่วมมือกับชุมชน วัดและโรงเรียน เพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง รวมถึงส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนางานและอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากตำบลบางขันแตกมีแหล่งท่องเที่ยวโดดเด่นเชิงวัฒนธรรม คือวัดและโบราณสถาน

ส่วนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ยั่งยืน โดยการจัดการการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกและมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศ โดยเฉพาะแม่น้ำลำคลอง การจัดการท่องเที่ยวที่สร้างความรู้และให้ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น และต้องการให้ประชาชนในท้องถิ่นมีบทบาทและมีส่วนร่วมในการจัดทำโครงการ/กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ อุซาวดี พูลพิพัฒน์ (2545) ที่ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยชุมชนมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง มีคุณภาพ และมีความสมดุล ด้านความต้องการ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวความต้องการของชุมชนท้องถิ่นและขีดความสามารถของทรัพยากรที่มี และผลการวิจัยของเทพรัตน์ จันทพันธ์ และวิวัฒน์ ฤทธิมา (2556) พบว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลบ้านขาว อำเภอรอนดง จังหวัดสงขลา มีรูปแบบของฐานการเรียนรู้ในชุมชน ซึ่งลักษณะของฐานองค์ความรู้ ประกอบด้วยกิจกรรมของ



แหล่งเรียนรู้ 15 แห่ง การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลบ้านขาว อำเภอรโนด จังหวัดสงขลา นั้น คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม มีการกำหนดทิศทางโดยชุมชน การจัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชน โดยที่ชุมชนมีบทบาทในฐานะเจ้าของ มีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน และสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน องค์กร ชุมชน และหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ เข้ามาร่วมคิดร่วมวางแผน มีส่วนร่วมในการดำเนินการในการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ สุดถนอม ต้นเจริญ (2558) เรื่อง ประเพณี ลอยกระทงตามภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และ ป้ายประชาสัมพันธ์ที่สร้างสรรค์เผยแพร่ความรู้ด้านการสื่อสารการตลาดผสมผสานกับการอนุรักษ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทย เป็นที่สนใจของชุมชน ต.บางขันแตกอย่างมาก รวมถึงการ เรียนรู้ของชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนด้านการอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ย่อมก่อเกิดศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่าง ยั่งยืนได้คือสามารถพึ่งตนเองได้ด้วยการจัดการร่วมกันของสมาชิกในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัย ศักยภาพด้านการจัดการเกี่ยวกับการกระจายผลประโยชน์ที่เกิดจาก การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างเป็นธรรม และศักยภาพด้านองค์กรชุมชน เกี่ยวกับชุมชนรู้สึกเป็น เจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา สร้างเสริมงานและรายได้ให้แก่ชุมชน มี ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นการเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการสร้างงาน สร้างรายได้ภายในชุมชน ต้องมีการวางแผนร่วมกันของทุกฝ่ายที่มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างจริงจัง เพื่อ ป้องกันและลดปัญหาความขัดแย้งเรื่องผลประโยชน์ ซึ่งจะมีผลกระทบต่อความสามัคคีและ ร่วมมือร่วมใจกันทำงานเพื่อส่วนรวม และสร้างความสามารถพึ่งตนเองได้
2. ผู้บริหาร ผู้นำชุมชน ธุรกิจชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรเน้นการสร้าง ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยว (Destination Branding) เพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของชุมชนอย่างยั่งยืนได้กลายเป็นแนวคิดที่สำคัญแนวคิดหนึ่งในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
3. การสื่อสารข้อมูลการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน เพื่อการอนุรักษ์ วัฒนธรรมและเผยแพร่ชื่อเสียงของจังหวัดและประเทศ มิใช่เพียงการเพิ่มรายได้หรือสร้างอาชีพ



4. สมาชิกของชุมชนและผู้นำชุมชนควรร่วมหารือกับผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว มุ่งนำเสนอผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจากภูมิปัญญาชาวบ้านเป็นหลักและคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับนักวิจัยของสถาบันต่างๆ

5. ตำบลบางขันแตกมีแหล่งท่องเที่ยวโดดเด่นเชิงวัฒนธรรม คือวัดและโบราณสถาน ดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนและจูงใจให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงทัศนียภาพและป้ายบอกทางที่ชัดเจนและสะอาด เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

บรรณานุกรม

- กอบกุล ราชะนาคร. (2550). **กฎหมายกับสิ่งแวดล้อม**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิญญูชน.
- จันทนา อินทปัญญา. (2548). **การจัดการสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน**. วารสารการจัดการสิ่งแวดล้อม, 1(1), 1-20.
- อิทธิพร แสงพิรุณ และสุนนรดี นิ่มเนติพันธ์. (2559). **การจัดกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชน คลองรางจระเข้ อำเภอสอง จังหวัดแพร่ นครศรีอยุธยา**. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ, 12(1), 47-64.
- เทพรัตน์ จันทพันธ์ และวิวัฒน์ ฤทธิมา. (2556). **การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลบ้านขาว อำเภอรอนดง จังหวัดสงขลา**. ในการประชุมมหาดไทยวิชาการ ครั้งที่ 4 (น.71-78) สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ธันชชา ฤทธิเดช. (2558). **แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 10(2)
- นงลักษณ์ จันทากุล และนรินทร์ สังข์รักษา. (2556). **การศึกษาศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหัวเขาจีน**. วารสารวิทยบริการ, 24(2), 143-156.
- นรินทร์ สังข์รักษา สุภาภรณ์ พรหมฤาษี และ อธิกร วรบำรุงกุล. (2559). **รูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ไร้ความรับผิดชอบต่อท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการทหารค่าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 36(2), 1-19.
- พจนา สอนศรี. (2546). **คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2541). **การจัดการการท่องเที่ยว**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- รุ่งวิทย์ ตรีกุล กมล เสวตสมบูรณ์ และธนชาติ เราประเสริฐ. (2558). **การมีส่วนร่วมของชุมชนบึงพลายชัยในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ มหวิทยาลัยขอนแก่น, 8(1), 133-150.
- วีระพล ทองมา. (2555). **การท่องเที่ยวสีเขียว: เรื่องจริงหรือแค่ภาพลวงตา**. รายงานผลการดำเนินโครงการสัมมนาวิชาการระดับชาติด้านการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 2 จังหวัดเชียงใหม่.



- วีระพล ทองมา. (2559). การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism :CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้. สืบค้นเมื่อ 9 กรกฎาคม 2559 จาก www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2559). การท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2559 จาก <http://www.cbt-i.or.th/index.php>
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2559). คู่มือการจัดกิจกรรม. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2559 จาก www.cbt-i.or.th/admin/.../files/bbf09df6203931e7fd70f953e368646a8523b81.doc
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2559). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นเมื่อ 19 มีนาคม 2556 จาก http://www.trf.or.th/index.php?option=com_content&view=article&id=957:2012-07-01-03-23-01&catid=35:research-forum&Itemid=146.
- สุดถนอม ตันเจริญ. (2558). ประเพณีลอยกระทงกับการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและการอนุรักษ์วัฒนธรรม. ในการประชุมวิชาการระดับชาติสหวิทยาการเอเชียอาคเนย์, 2558 กรุงเทพฯ: เอสดีโอเวนวิ , หน้า 496-502.
- อานิสก์ โอพาตะวงศ์. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทะเลบัวแดง ในเขตเทศบาลตำบลเชียงแหว อำเภอกุมภวาปี จังหวัดอุดรธานี. วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 25(1), 47-53.
- อุษาวดี พลพิพัฒน์. 2545. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย. จุลสารการท่องเที่ยว, 21(4), 38-48.
- Asia-Pacific Economic Cooperation. (2010). **Effective community based tourism: A best practice manual**. Australia: Griffith University.
- Centre for Sustainable Development, Simon Fraser University, **What is Sustainable Community Development?**. Retrieved August 30, 2016 from <https://www.sfu.ca/sustainabledevelopment/about-us/what-is-sustainable-community-development.html>
- Department of Economic and Social Affairs. (1999). **Tourism and sustainable development, Important of tourism**. New York: Commission on Sustainable Development Seventh Session.
- Kotler, Philip, Bowen, John T., and Makens, James C. (2014). **Marketing for hospitality and tourism**. Sixth edition, Boston: Pearson.
- Lacmanović, Darko. (2016). **Marketing perspectives in sustainable tourism Montenegro**. *Journal for Business Management and Business Education*. 8(2), Retrieved 8 January, 2016, from <http://journal.doba.si/letnik-8-2016-st-2/marketing-perspectives-in-sustainable-tourism-montenegro>
- Pookaiyaudom, Gulapish. (2013). **The Integrated Learning of Community-based Tourism in Thailand**. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 106(2013) 2890 – 2898, Retrieved June 3, 2016 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813049574>.



การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Community Based Tourism Management

ณัฐพัชร มณีโรจน์*

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ต่อชุมชน โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวมุ่งสร้างปฏิสัมพันธ์ และความผูกพันระหว่างเจ้าบ้านกับผู้มาเยือนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงรากเหง้าของชุมชนเน้นความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชน รวมถึงสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน และก่อให้เกิดการเรียนรู้ประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับผู้มาเยือน การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การนำ การประสานงาน และการควบคุม โดยทุกๆ กระบวนการเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล

คำสำคัญ: การจัดการ การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชน

*อาจารย์ ดร., คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



Abstract

Community-based tourism is tourism that is managed by the community for the benefit of the community. Using tourism activities to build partnerships and relationships between hosts and guests by the collaborative tourism activities that may lead to learning, deep understanding about the community root, focusing on sustainable and environment friendly. Building the balance point between tourism resources, social culture and the way of life of community members. Including better quality of life for community members. It also provides the learning and valuable experience for the guests. Managing the community-based tourism including planning, organizing, leading, coordinating and controlling in all processes with focus on the participation of community members, co-planning, co-decision making, co-developing, joint doing, profit sharing and evaluation sharing.

Keywords: Management, Tourism, Community Based Tourism

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมาอย่างต่อเนื่อง ปี พ.ศ. 2558 การท่องเที่ยวสร้างรายได้ จำนวน 2.23 ล้านล้านบาท ซึ่งเกินจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ 30,000 ล้านบาท (กรมท่องเที่ยว, 2559) โดย ปี พ.ศ.2558 มีเป้าหมายเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้ประเทศ จำนวน 2.2 ล้านบาท มุ่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ โดยรัฐบาลประกาศให้ ปี พ.ศ. 2558 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทยใช้สื่อ Social Media ต่างๆ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเจาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ปรับระบบการให้บริการ และอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้รวดเร็วยิ่งขึ้น ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยว และเร่งพัฒนาการเชื่อมโยงระหว่างเมืองหลักเมืองรอง สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวด้วยเครือข่ายอาสาสมัครตำรวจท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เจ้าบ้านน้อย รวมถึงร่วมมือกับภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามกรอบความร่วมมือของอาเซียน (MRA) (กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา, 2557)



การท่องเที่ยวบรรลุเป้าหมายของการสร้างรายได้ แต่ในบางพื้นที่ยังไม่บรรลุเป้าหมาย การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยส่วนใหญ่ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวภาคเอกชนที่ไม่ใช่คนในชุมชนที่นักท่องเที่ยวเข้าไปใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และ วัฒนธรรมของชุมชน โดยชุมชนไม่ได้รับประโยชน์ทางตรงกันข้ามชุมชนได้รับผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งขยะ เป็นต้น ผลกระทบดังกล่าวส่งผลให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในระดับโลก และระดับประเทศ ปี พ.ศ. 2535 มีการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อม และการพัฒนา (Rio/Earth Summit) วันที่ 14 มิถุนายน 2535 ณ นครริโอเดจาเนโร ประเทศบราซิล มีประเด็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ เป็นการอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อความหลากหลายทางชีวภาพในระดับท้องถิ่น และระดับโลก 2) การตลาดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เน้นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษา เรียนรู้ ลงมือปฏิบัติจริงในแหล่งท่องเที่ยว และ 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเน้นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมจากประชาชน หรือ ชุมชนในท้องถิ่น (อรัลชา ศิวรักษ์ และคณะ, 2559)

การจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศโดยคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ และร่วมรับผลประโยชน์ เพื่อให้ชุมชนเป็นผู้รับประโยชน์สูงสุดที่เกิดจากการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชน และสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านในท้องถิ่นกับผู้มาเยือน รวมถึงเป็นเครื่องมือในการพัฒนา และส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการเรียนรู้ และร่วมมือกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรในท้องถิ่น รวมถึงการป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม 2) ด้านสังคม และวัฒนธรรม เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ส่งเสริม และสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของผู้มาเยือนที่มีความแตกต่างทางวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต รวมถึงรูปแบบความเป็นอยู่ เพื่อการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตในแหล่งที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน และ 3) ด้านเศรษฐกิจชุมชน มีการกระจายรายได้สู่ชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม สร้างงาน สร้างรายได้กับประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว (วีระพล ทองมา, 2559) ทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยวต้องตระหนักถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity: CC) ของพื้นที่ โดยการจัดการท่องเที่ยวลักษณะที่กล่าวมาแล้วนี้ เรียกว่า “การท่องเที่ยวโดยมีส่วนร่วมของ



ประชาชนที่ยั่งยืนโดยมีชุมชนเป็นฐาน (Community Based Sustainable Tourism: CBST) และต่อมาสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน เรียกว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นานาชาติให้การยอมรับว่า เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนและชุมชน ทั้งในด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน รวมถึงเป็นเครื่องมือในการฟื้นฟูวัฒนธรรม สืบทอด เผยแพร่ และสร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือผู้คนในชุมชนกับผู้มาเยือน สร้างการรับรู้ ความผูกพันผ่านการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างนักท่องเที่ยว สมาชิกในชุมชนกับทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน

ความสำคัญ และประโยชน์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มต้นที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว หากไม่ได้รับความร่วมมือแล้วก็ไม่สามารถเกิดการท่องเที่ยวในชุมชนได้เลย หรือหากเกิดขึ้นจะเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เพราะไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกในชุมชน ดังนั้นเพื่อให้สมาชิกทุกคนในชุมชนร่วมมือด้วยดีต้องเห็นความสำคัญ และประโยชน์ของการท่องเที่ยวในชุมชน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2560; สำนักงานจังหวัดกระบี่, 2560) ดังนี้

1. เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพราะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชน
2. การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเน้นคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เชื่อมกับกิจกรรมพัฒนาชุมชนอื่นๆ ที่ต้องอาศัยการเรียนรู้
3. คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนเพิ่มขึ้นซึ่งเป็นผลทางอ้อมของการท่องเที่ยว เช่น เกิดรายได้เสริมจากการทำการท่องเที่ยวในชุมชน โครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยวเกิดขึ้น ถนน ห้องน้ำสาธารณะ ระบบไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น
4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือของการเผยแพร่วัฒนธรรม ภูมิปัญญาขนบธรรมเนียมประเพณี ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนต่อสาธารณชน
5. สร้างการตระหนักรู้ในชาติพันธุ์ของตนเองให้กับเยาวชน และวัยรุ่นให้เห็นคุณค่าของการฟื้นฟู รักษา สืบทอด และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนให้คงอยู่ และสืบทอดไปรุ่นต่อรุ่น



6. การท่องเที่ยวโดยชุมชนนำไปสู่การรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชน หรือ กลุ่มต่างๆ ในชุมชน มีกิจกรรมที่ทำร่วมกัน รวมถึงเจ้าของภูมิปัญญา หรือ ความรู้ต่างๆ ที่มีอยู่ในชุมชนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน เพื่อนำความรู้ ความเชี่ยวชาญที่มีอยู่ในตนออกมาถ่ายทอดให้ลูกหลานที่มีความสนใจ และนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

นอกจากประโยชน์ของการท่องเที่ยวแล้ว อีกมุมหนึ่งการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน เมื่อการท่องเที่ยวเกิดผลกระทบต่อชุมชนจึงมีความจำเป็นที่ชุมชนจะต้องรวมตัวกันเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน ช่วยกันคิดวางแผน ดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมกันพัฒนา และร่วมกันแบ่งปันผลประโยชน์ รวมถึงร่วมกันสร้างกฎ กติกาของชุมชนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามกฎ กติกาของชุมชน หรือ การสร้างมาตรฐานต่างๆ ของชุมชน เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบที่เกินความสามารถของคนในชุมชนจะแก้ไขได้

การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวโดยสมาชิกในชุมชน จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิ์ในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556) การท่องเที่ยวเป็นเรื่องราวของการส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นกับผู้มาเยือน รวมถึงการดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชน โดยการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน (วิระพล ทองมา, 2558; เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยการจัดการท่องเที่ยวอย่างสมดุลส่งผลให้ประโยชน์ต่างๆ ที่ได้จากการท่องเที่ยวจะย้อนคืนมาสู่ชุมชน และท้องถิ่น (ดรชนี เอมพันธุ์, 2550) ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของชุมชน พื้นที่ เศรษฐกิจชุมชน สังคม ประชาชนในชุมชนให้มีชีวิตอยู่ดีกินดี และสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์ รวมถึงการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันดีงามของชุมชน สืบทอดรุ่นต่อกัน บริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความยั่งยืนในชุมชน



องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชนตามนิยาม คือ การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว พงา สอนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ (2556) อธิบายว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 4 ด้าน ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม องค์การชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ โดยองค์ประกอบการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Dickman (1996) มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยผู้เขียนจึงนำ 2 แนวคิดมาประยุกต์ และพัฒนาเป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผนวกกับคุณค่าของการท่องเที่ยวชุมชน คือ เป็นเครื่องมือของการพัฒนาชุมชน พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจของชุมชน นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตของชุมชนร่วมกับคนในชุมชน มี 8 องค์ประกอบ มีดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว ทิวทางสังคม และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ วัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นนั้นๆ วิธีการดำรงชีวิต การประกอบอาชีพ การดำรงอยู่ด้วยการพึ่งพาและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติที่อยู่ในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน รวมถึงการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่เสริมพลังทางวัฒนธรรม บ้านทึก ฟันฟู สืบสาน ตลอดจนสร้างความภาคภูมิใจให้เกิดขึ้นกับเจ้าของภูมิปัญญาและชุมชน

2. กิจกรรมการท่องเที่ยว มุ่งสร้างกิจกรรมสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้ร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชม (More Participate than Observe) โดยเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเพื่อศึกษา เรียนรู้ และลงมือปฏิบัติจริงกับเจ้าของภูมิปัญญา หรือแหล่งท่องเที่ยว นำไปสู่การได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม (Hand on Experience) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งประวัติความเป็นมาและวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว

3. องค์การชุมชนและเจ้าของภูมิปัญญา จัดตั้งกลุ่มในชุมชนที่เข้มแข็ง ประสานงานกันอย่างเป็นระบบ มีความเข้าใจอันดีต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านทึกหรือจัดทำฐานข้อมูลของครุภูมิปัญญา ประชาชนชาวบ้าน หรือผู้เชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆ หลากหลาย เช่น สถานที่ วัฒนธรรม ประเพณี การประกอบอาชีพต่างๆ และยินดีที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกในชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมถึงชุมชนรู้สึกหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม หรือสิ่งต่างๆ ที่เป็นรากเหง้าของตนเอง ตลอดจนมีความพร้อมใจกันเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว



4. การมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวด้วยการมีส่วนร่วมแบบร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมประเมิณผล และร่วมรับผลประโยชน์ โดยการมีส่วนร่วมนี้เป็นกระบวนการสร้างการรับรู้ และรับผิดชอบต่อร่วมกันในการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างความรู้สึกรักในการเป็นเจ้าของทรัพยากรในชุมชนซึ่งสมาชิกทุกคนมีส่วนได้รับผลกระทบทางบวก และทางลบ ทั้งทางตรง และอ้อม

5. สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งต่างๆ มีไว้บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปได้อย่างสะดวกสบาย ได้แก่ บริการขนส่ง และการเดินทาง หอพัก ร้านอาหาร ที่พักแบบสัมผัสวิถีชุมชน (Homestay) ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายของที่ระลึก รวมถึงข่าวสารข้อมูลท่องเที่ยว โปรแกรมท่องเที่ยว และข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว

6. การจัดการอย่างยั่งยืน การบริหารการท่องเที่ยวในภาพรวม ประกอบด้วย (1) การวางแผนการท่องเที่ยวกำหนดเป้าหมาย/แผนงาน (2) การจัดสรรงาน ทรัพยากร และกำหนดความสัมพันธ์ของงานต่างๆ เพื่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวจัดทำโครงสร้างชุมชน กำหนดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มงาน ระบุขอบเขตหน้าที่ และจัดคนเข้ารับผิดชอบงาน (3) การกำกับการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ และ (4) การควบคุมเป็นการติดตาม ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่อง ประเมิณผลเพื่อนำมาปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด รวมถึงการกำหนดกฎ กติกาในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว สร้างกลไกในการปฏิบัติงานอย่างมีความสุข จัดสรรผลประโยชน์กระจายสู่สมาชิกในชุมชนอย่างเป็นธรรม กำหนดค่าบริการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม และจัดสรรเงินจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาชุมชน รวมถึงความยั่งยืนในมิติของความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ (1) การเพิ่มผลประโยชน์ และลดผลกระทบเชิงลบทางสังคม เศรษฐกิจชุมชน และท้องถิ่น (2) การเพิ่มผลประโยชน์ และลดผลกระทบเชิงลบทางวัฒนธรรมต่อชุมชน และนักท่องเที่ยว และ (3) การเพิ่มผลประโยชน์ และลดผลกระทบด้านลบทางสิ่งแวดล้อมเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศ รวมถึงการท่องเที่ยวต้องช่วยบันทึก อนุรักษ์ พื้นฟู วัฒนธรรม รวมถึงการสืบทอด เผยแพร่วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีการดำรงชีวิตของชุมชน

7. สร้างการเรียนรู้ กิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ใช้ชีวิตเช่นเดียวกับสมาชิกในชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์จริงให้กับนักท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว หรือ สมาชิกในชุมชนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้มาเยือน รวมถึงการสร้างการตระหนักรู้ว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ



และระบบนิเวศ รวมถึงการส่งเสริม อนุรักษ์ พื้นฟู สืบทอดประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของท้องถิ่น ทั้งในส่วนของเจ้าบ้าน และนักท่องเที่ยว

8. พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจของชุมชน การท่องเที่ยวต้องสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน ได้แก่ ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว รายได้จากสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยว บ้านเรือน และแหล่งท่องเที่ยวสะอาด สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงสมาชิกในชุมชนก็ได้รับประโยชน์ไปด้วย

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การเตรียมความพร้อมของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ หรือ ความล้มเหลวของการจัดการท่องเที่ยวเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน วางแผนดำเนินการ ดำเนินการ และประเมินผลกิจกรรมโครงการฯ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลักของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนักท่องเที่ยวได้รับคุณค่าจากการท่องเที่ยว เรียนรู้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยว ผู้เขียนได้พัฒนาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากการสังเคราะห์งานวิจัยของ วีระพล ทองมา (2559); อรลัษชา ศิวรักษ์ และคณะ (2559); พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ (2557); อาทิตย์ โชติวิริยวาณิชย์ ปัญญา หมั่นเก็บ และทิพวรรณ ลิ้มงูร (2556); ปวีรพรต สมนึก (2555) โดยนำข้อค้นพบมาสังเคราะห์ และกำหนดเป็น 12 ขั้นตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ขั้นตอน	กิจกรรม
1. ศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้น	การสำรวจ หรือ ประเมินศักยภาพเบื้องต้น ชุมชนอาจจะเป็นผู้ดำเนินการเอง หรือ ขอให้ผู้เชี่ยวชาญนอกพื้นที่มาเป็นผู้ร่วมประเมิน โดยพิจารณาในประเด็น การเข้าถึงชุมชน เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในชุมชน และพื้นที่เชื่อมโยงโดยรอบของชุมชน ความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น สรรวาลักษณะกายภาพของพื้นที่ และพื้นที่เชื่อมโยง การเข้าถึง และเส้นทางท่องเที่ยว หรือ อาจจะนำองค์ประกอบการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Dickman (1996) มาพิจารณาที่ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง กิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พักแรม และสิ่งอำนวยความสะดวก นำมาประเมินผลเบื้องต้น ความเป็นไปได้จึงดำเนินการขั้นตอนต่อไป



ตารางที่ 1 ขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ต่อ)

ขั้นตอน	กิจกรรม
2. สร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วม	นำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงบวก และเชิงลบ โดยนำเสนอต่อการจัดการท่องเที่ยวและให้ข้อมูล ผู้นำชุมชนที่เป็นทางการ ผู้นำชุมชนที่ไม่เป็นทางการ เจ้าของภูมิปัญญาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สมาชิก ผู้เชี่ยวชาญในชุมชน สมาชิกในชุมชน และกลุ่มผู้สนใจ เป็นขั้นตอนแรกของการมีส่วนร่วมการจัดการท่องเที่ยว
3. ศึกษาศักยภาพชุมชน และความเป็นไปได้ในการจัดการท่องเที่ยว	เปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วน ผู้นำทั้งเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ เจ้าของภูมิปัญญา ผู้เชี่ยวชาญในชุมชน สมาชิกในชุมชน กลุ่มสมาชิกกลุ่มต่างๆ ร่วมกันสำรวจและศึกษาศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างละเอียด โดยใช้เกณฑ์การรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน (พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556) เป็นแนวทางในการสำรวจและศึกษาศักยภาพ รวมถึงบันทึกลักษณะทางกายภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนและพื้นที่เชื่อมโยง ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน เรื่องเล่า ตำนาน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม กลุ่มต่างๆ ที่มีบทบาทในชุมชนและประเพณีของชุมชน ศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างชุมชนกับการใช้ประโยชน์ของทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่
4. วิเคราะห์ และสรุปผลการศึกษาศักยภาพร่วมกัน	นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากการลงพื้นที่ คำบอกเล่า และการสังเกตมาวิเคราะห์ศักยภาพ โดยใช้ SWOT Analysis วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อให้สมาชิกในชุมชนได้เห็นศักยภาพของชุมชน ร่วมกันกำหนดแนวทางการพัฒนาปัจจัยด้านต่างๆ ที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรค โดยใช้เทคนิค TOWS Matrix กำหนดแนวทางการพัฒนาหรือกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน จำแนกเป็น 4 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy)
5. พัฒนาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว	นำผลของการศึกษาศักยภาพมาดำเนินการในแต่ละประเด็นที่ต้องได้รับการพัฒนา เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ของการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน การพัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจท้องถิ่น การส่งเสริมวัฒนธรรม รักษาสิ่งแวดล้อม การบริการ และความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ทรัพยากรบุคคล และด้านอื่นๆ ที่พบจากการศึกษา ด้านใดมีคะแนนน้อยพัฒนาด้านนั้นให้สมบูรณ์ เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นมาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวมีพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน



ตารางที่ 1 ขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ต่อ)

ขั้นตอน	กิจกรรม
6. กำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ นโยบาย และกฎกติกาต่างๆ ใน การจัดการท่องเที่ยว	กำหนดเป้าหมายของการท่องเที่ยวในช่วงเวลาระยะกลางถึงระยะยาว กำหนดขอบเขต ที่ชุมชนจะดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของชุมชน โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจต้อง กำหนดตามความพร้อม และความเป็นไปได้ตามศักยภาพของชุมชน
7. กำหนดรูปแบบ การบริหารจัดการ การท่องเที่ยว	จัดตั้งองค์กรกลางในชุมชนเพื่อทำหน้าที่ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชน อำนวยความสะดวก และประสานงานระหว่างนักท่องเที่ยวกับกลุ่มสมาชิกที่จัดการ ท่องเที่ยว บางครั้งอาจจะเป็นกลุ่มหรือหน่วยงานที่มีอยู่ แต่อาจจะกำหนดบทบาทและ หน้าที่ในการจัดการท่องเที่ยวเพิ่มเติม มีบทบาทในการบริหารการท่องเที่ยว เริ่มต้น สมาชิกในชุมชนเข้ามาร่วมกันกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว โปรแกรมกิจกรรมการ ท่องเที่ยว ราคาค่าบริการ การจัดสรรผลประโยชน์สู่ชาวบ้านและชุมชน โดยทุกๆ ขั้นตอนต้องมีความชัดเจน โปร่งใสและตรวจสอบได้ รวมถึงการออกกฎ กติกา เพื่อเป็น แนวทางในการปฏิบัติของสมาชิกในชุมชน และนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นแนวทาง ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเรียบร้อย และบรรลุวัตถุประสงค์
8. จัดทำโปรแกรม เส้นทาง และกิจกรรม การท่องเที่ยวภายใน ชุมชน	นำเสนอโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของตนเอง เน้น กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวได้ เพื่อการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างเจ้าของภูมิปัญญากับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน โดยคำนึงถึงจำนวนวันของ นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว กิจกรรมตามช่วงวัย และความสนใจของ นักท่องเที่ยว โดยการออกแบบโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่บนพื้นฐานของการ อนุรักษ์ ฟื้นฟู สืบสานวัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ของชุมชน รวมถึงการเป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ
9. ทดลอง และ ประเมินผล โปรแกรม เส้นทาง และกิจกรรม การท่องเที่ยวในชุมชน	ทดสอบความพร้อมการจัดการท่องเที่ยวในทุกๆ ด้าน โดยการทดสอบอาจใช้กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่เป็นอาสาสมัครเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อทดสอบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว เมื่อทดสอบเสร็จสิ้นก็จัดเวทีสะท้อนผลของการจัดการท่องเที่ยวในมิติ ต่างๆ เช่น ทรัพยากรการจัดการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว การต้อนรับขับสู้ และ การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว การเข้าถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ ประสานงานการท่องเที่ยว บุคคลที่ทำหน้าที่ผู้ถ่ายทอดความรู้ในกิจกรรมการท่องเที่ยว และคุณค่าของการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวเสียไป นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวแล้วควรมีผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวจากภายนอก สมาชิกในชุมชน และบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้แสดงข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ เพื่อนำความคิดเห็น ข้อเสนอต่างๆ มาพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป



ตารางที่ 1 ขั้นตอนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ต่อ)

ขั้นตอน	กิจกรรม
10. พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งระบบ	นำข้อเสนอแนะจากการทดลองท่องเที่ยวมาพัฒนา ข้อเสนอแนะขั้นนี้เป็นขั้นการพัฒนาทั้งระบบเพื่อเตรียมความพร้อมในการเปิดบริการอย่างเป็นทางการ โดยการพัฒนาศูนย์บริการชุมชนในส่วนบริการต่างๆ ในชุมชนให้มีทักษะเป็นมืออาชีพ มีจิตใจใฝ่บริการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ฝึกฝนให้สมาชิกที่ปฏิบัติหน้าที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวโดยตรงให้มีความรู้ลึก รู้รอบและรู้จริงเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชุมชน ประเพณี ภูมิปัญญาต่างๆ การทัศนศึกษาในชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีบริบทคล้ายๆ กัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และประสบการณ์ รวมถึงเป็นการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนไปในตัว
11. จัดโปรแกรมการส่งเสริมการตลาด และการสื่อความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน	นำเสนอความเป็นตัวตนของท้องถิ่น โปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยว ของดีในท้องถิ่น และทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เสนอออกสู่ตลาด เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ และทราบข้อมูลการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวผ่านการสื่อสารการตลาดหลากหลายรูปแบบ ส่วนการเตรียมตัวของคนในชุมชน คือ การบันทึก และประวัติศาสตร์ของชุมชนอย่างภาคภูมิใจ เพื่อนำมาเล่าให้นักท่องเที่ยวผ่านการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือการแสดงออกทางกายภาพ เช่น ที่มาของการประดิษฐ์เครื่องใช้สอยในครัวเรือน ประวัติการประกอบอาหารท้องถิ่น การแต่งกายด้วยชุดประจำถิ่นในวันสำคัญ หรือวันใดวันหนึ่งที่ชุมชนเลือก หรือ ทุกวัน เป็นต้น รวมถึงการติดตั้งข้อมูลในการสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ประวัติ ความเป็นมา ป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย และมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่น
12. การติดตาม และประเมินผล	การติดตาม และประเมินผลเป็นขั้นที่ต้องทำตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยเป็น 2 ส่วน คือ 1) การประเมิน และสรุปผลการดำเนินงานการให้บริการการท่องเที่ยวหลังการเสร็จกิจกรรมการท่องเที่ยวของทุกๆ กลุ่มที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อาจจะทำในรูปแบบสัมภาษณ์ การพูดคุยแบบมีส่วนร่วม หรือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและนำผลที่ได้มาพัฒนาในครั้งต่อไป และ 2) การประเมินผลภาพรวมการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริหารการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวในภาพรวมอาจจะทำการประเมินทุกๆ 3 เดือน เพื่อตรวจสอบการจัดการท่องเที่ยว และนำผลที่ได้ไปพัฒนาการท่องเที่ยวทุกๆ มิติ เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความพร้อมเป็นแหล่งสร้างการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว



การเริ่มต้นของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มที่ทำความเข้าใจกับสมาชิกในชุมชนให้เห็นประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยว โดยการชี้แจง หรือการนำเสนอผู้นำเสนอต้องอธิบายในส่วนที่เป็นประโยชน์ และผลกระทบไปพร้อมกัน เพื่อให้สมาชิกในชุมชนได้รับข้อมูลทั้งด้านบวก และผลกระทบ เมื่อสมาชิกในชุมชนมีความเห็นร่วมกันที่จะทำการท่องเที่ยว ขั้นต่อมาเป็นขั้นของการระดมความเห็น และขอความร่วมมือทุกภาคส่วนในชุมชน หรือสมาชิกในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวร่วมกัน ร่วมกันสร้างเครือข่าย ร่วมกันศึกษาศักยภาพของชุมชน และความเป็นไปได้ของการจัดการท่องเที่ยว วิเคราะห์และสรุปผลการศึกษา นำผลการศึกษา มาพัฒนาให้เกิดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว กำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ นโยบายของการท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงกำหนดกฎ กติการ่วมกันในชุมชนเพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการจัดการท่องเที่ยว และเป็นแนวปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว ต่อมากำหนดรูปแบบการบริหารจัดการ โดยสมาชิกในชุมชนมีหน้าที่ในการบริหารจัดการทั้งหมด ร่วมกันจัดโปรแกรม กิจกรรม และเส้นทางท่องเที่ยวที่นำเสนอของดีในชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของตนบนพื้นฐานการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวที่สร้างการเรียนรู้ และประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว เมื่อได้โปรแกรม กิจกรรม และเส้นทางท่องเที่ยวแล้ว ผู้จัดการท่องเที่ยวต้องทดลองกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เพื่อสะท้อนผลการปฏิบัติงาน และนำมาปรับปรุงก่อนที่จะเปิดให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาท่องเที่ยว หลังจากการทดลอง และนำผลสะท้อนมาพัฒนาปรับปรุงให้สมบูรณ์แล้ว จึงนำเสนอข้อมูลทางการท่องเที่ยวของชุมชนไปสู่นักท่องเที่ยว โดยใช้เครื่องมือทางการตลาด และการสื่อความหมายการท่องเที่ยว และกิจกรรมท้ายสุด คือ การประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน โดยประเมินผลรายกิจกรรม หลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน และการประเมินผล 3 เดือน หรือ 5 เดือน ตามแต่ชุมชนจะเห็นสมควร เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนา และปรับปรุงการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

การรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

เกณฑ์การรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนพัฒนาโดยสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน ร่วมกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ (พจนา สวนศรี และสมภาพ ยี่จ่อหอ, 2556) ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา และเกณฑ์ประเมินให้รางวัลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนยอดเยี่ยม และดีเด่นเป็น การเปรียบเทียบผลการประเมินก่อนการรับรอง และหลังการพัฒนาตามแนวทางมาตรฐาน 5 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน พัฒนาคุณภาพชีวิต และเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่งเสริม

วัฒนธรรม ดูแลรักษาสีสิ่งแวดล้อม บริการ และความปลอดภัย เพื่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นมาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวมีพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน ผู้เขียนเห็นว่าชุมชนสามารถนำไปเป็นแนวทางของการเตรียมความพร้อมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) รวมทั้งหมด 5 ด้าน 29 ข้อ และเกณฑ์ 176 ข้อ มีดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีประเด็นย่อย 31 ข้อ รวม 6 ข้อนี้ชี้วัด ประกอบด้วย 1.1) ระบบการบริหารจัดการโดยชุมชนแบบบูรณาการ ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรม ด้านสุขภาพอนามัย ด้านความปลอดภัย ด้านคน สังคม ผลประโยชน์ ด้านคุณภาพบริการ และด้านการตลาด 1.2) การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม และชุมชน 1.3) การเสริมศักยภาพของคนในกลุ่ม และชุมชน 1.4) ระบบประเมินความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยว และชุมชนที่ครอบคลุม 8 ด้าน 1.5) การปฏิบัติตาม กฎระเบียบของกลุ่มคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว และ 1.6) การตลาด และประชาสัมพันธ์อย่าง รับผิดชอบ

2. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น สังคม และคุณภาพ ชีวิต มีประเด็นย่อย 12 ข้อ รวม 3 ข้อนี้ชี้วัด ประกอบด้วย 2.1) สนับสนุนการพัฒนาชุมชน 2.2) กระจายรายได้อย่างเป็นรูปธรรม และสร้างโอกาสในการมีรายได้เสริม และ 2.3) การให้เกียรติ ด้านสิทธิมนุษยชน และศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์

3. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการอนุรักษ์ และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม มี ประเด็นย่อย 14 ข้อ รวม 4 ข้อนี้ชี้วัด ประกอบด้วย 3.1) กลุ่มท่องเที่ยวมีข้อมูล และความรู้ เกี่ยวกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตในท้องถิ่น 3.2) มีการถ่ายทอดข้อมูลทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต จากคนภายในสู่คนภายนอก และการถ่ายทอดภายในชุมชนด้วยตัวเอง 3.3) มีกฎ กติกา และ แนวทางปฏิบัติเพื่อการเคารพ และปกป้องวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น และให้เกียรติวัฒนธรรม ของแขกผู้มาเยือน

4. ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่าง เป็นระบบ และยั่งยืน มีประเด็นย่อย 37 ข้อ รวม 9 ข้อนี้ชี้วัด ประกอบด้วย 4.1) กลุ่มท่องเที่ยวมี ฐานข้อมูลด้านทรัพยากร และการให้การศึกษา 4.2) มีการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่คำนึงถึง การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน 4.3) การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ



สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ 4.4) การจัดการขยะชุมชน/ แหล่งท่องเที่ยว 4.5) การจัดการทรัพยากรน้ำ และน้ำเสีย 4.6) การจัดการด้านเสียงรบกวน 4.7) การจัดการด้านพลังงาน 4.8) ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 4.9) อาคารสิ่งปลูกสร้าง

5. ด้านการบริการ และความปลอดภัยของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีประเด็นย่อย 82 ข้อ รวม 7 ดัชนีชี้วัด ประกอบด้วย 5.1) กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความชัดเจน ปลอดภัย มีความเหมาะสมกับสภาพชุมชน กลุ่มเป้าหมาย และช่วงเวลา 5.2) ที่พัก 5.3) ยานพาหนะ และการเดินทาง 5.4) นักสื่อความหมายท้องถิ่น 5.5) เจ้าของบ้าน 5.6) การติดต่อประสานงาน และ 5.7) ความปลอดภัย

แบบประเมินมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการเป็นการทดสอบความพร้อมใน 2 ระดับ คือ มีการดำเนินการ กับ ไม่มีการดำเนินการ ผู้ประเมินศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเกณฑ์ที่กำหนดเป็นสมาชิกในชุมชน เพื่อประเมินว่า สิ่งใดมีอยู่แล้ว สิ่งใดต้องพัฒนาต่อการรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการประเมินตนเองตามมาตรฐาน หรือ เกณฑ์ เป็นการตรวจสอบความพร้อมของการท่องเที่ยวในชุมชน มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน พัฒนาคูณภาพชีวิต และเศรษฐกิจท้องถิ่น ส่งเสริมวัฒนธรรม ดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม บริการ และความปลอดภัย เพื่อให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นมาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวมีพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวผู้มาเยือน เมื่อมีด้านใดมีคะแนนน้อยให้นำด้านนั้นมาวางแผนพัฒนาให้สมบูรณ์ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่จะดำเนินการในอนาคต

การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การวางแผนการตลาดมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการสร้างคุณค่า (Value Creation) ให้นักท่องเที่ยวโดยเริ่มต้นจากการกำหนดคุณลักษณะ (Attributes) ของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว สร้างจุดเด่น (Features) ให้กับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และทำจุดเด่นให้เป็นคุณประโยชน์ (Benefits) กิจกรรมการท่องเที่ยว และต้องไม่หยุดพัฒนา โดยมุ่งสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เพื่อเพิ่มคุณค่า (Value) ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการที่นำเสนอมีความคุ้มค่ากับการเดินทางเข้ามาเยือนในแหล่งท่องเที่ยว และคุ้มค่ากับค่าใช้จ่ายที่เสียไป เมื่อลูกค้าประทับใจในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Repeat Visitation) เกิดการบอกต่อ (Word of Mouth) และเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการการท่องเที่ยวในราคาที่สูงขึ้น (Willingness to Pay More)



การตลาดการท่องเที่ยวชุมชนสามารถนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps Marketing Mix) (Kotler, 2000) มาประยุกต์ใช้ในการบริหารการตลาดการท่องเที่ยวชุมชน มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตของชุมชน และสิ่งอื่นๆ โดยรวมเรียกว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเยือนในแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนต้องเตรียมแหล่งท่องเที่ยว หรือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีเจ้าของภูมิปัญญาเป็นผู้ส่งมอบประสบการณ์จริงที่กระบวนการ หรือ บางส่วนของกระบวนการผลิต เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross Culture Engagement) มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ท่องเที่ยว

2. ราคา (Price) คุณค่าของผลิตภัณฑ์กิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปตัวเงิน นักท่องเที่ยวจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าที่ได้รับรู้ (Perceived Value) ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวกับราคาของค่าบริการนั้น หากคุณค่าสูงกว่าราคานักท่องเที่ยวจะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว หรือ เดินทางกลับมาท่องเที่ยว หรือ บอกต่อกับบุคคลอื่นๆ การกำหนดราคาค่าบริการการท่องเที่ยวต้องมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

3. ช่องการจัดจำหน่าย (Place) การเข้าถึงข้อมูลของการท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสารฐานข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต โปรแกรมการท่องเที่ยว ภาพแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว และข้อมูลอื่นๆ ที่เป็นข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว รวมถึงมีสถานที่ศูนย์ประสานงาน หรือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวติดต่อเมื่อเดินทางเข้ามาในชุมชนเป็นจุดบริการแบบเบ็ดเสร็จจุดเดียว โดยช่องทางการจัดจำหน่ายควรจัดทำเป็น 2 ระบบ คือ ระบบที่สามารถเข้าถึงได้ด้วยอินเทอร์เน็ต และระบบข้อมูลการบริการในสถานที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างชุมชนที่จัดการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างกระตุ้นทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยเป็นส่วนประสมในการติดต่อสื่อสาร (Communication Mix) เป็นการติดต่อสื่อสารด้วยการใช้บุคคลในการขาย (Personal Selling) และการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้

บุคคล (Non Personal Selling) มีเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลากหลายประเภท หรือ อาจจะเลือกใช้การสื่อสารแบบผสมผสานกัน (Integrated Marketing Communication) ซึ่งเครื่องมือส่งเสริมการตลาดประกอบด้วย (1) การสื่อสารโดยใช้บุคคล เป็นการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยใช้พนักงานขายโปรแกรม และเส้นทางการท่องเที่ยว เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication) ทำให้พนักงานผู้ให้บริการได้เรียนรู้ และศึกษาเกี่ยวกับลูกค้าโดยตรง และการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth Communication) เป็นการเล่าประสบการณ์ข้อมูลการท่องเที่ยวจากพนักงานไปยังนักท่องเที่ยวโดยตรง (2) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) เป็นการแจ้งข้อมูลการจัดแถลงข่าว การจัดกิจกรรมพิเศษขึ้น เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความสนใจ และการจดจำที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูล จดจำแหล่งท่องเที่ยวได้ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของผู้พบเห็น (3) การโฆษณา (Advertising) เป็นการสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในการบริการท่องเที่ยวโดยผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อกลางแจ้ง และป้ายโฆษณาต่างๆ เป็นต้น การโฆษณาเน้นการส่งข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงได้มากกว่าแบบอื่น (4) อุปกรณ์เครื่องมือแนะนำบริการ (Instructional Materials) เป็นการให้ข้อมูลจากชุมชนที่สร้างขึ้นเพื่อการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว หรือ บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวที่สนใจ โดยสามารถช่วยสร้างปฏิสัมพันธ์ (Interaction) กับนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่งได้ (5) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในชุมชนได้เร็วขึ้น เช่น มอบสิทธิพิเศษการท่องเที่ยวในวันแม่ นักท่องเที่ยวพาแม่มาจะคิดอัตราครึ่งหนึ่ง วันเกิดมอบห้องพักฟรีหนึ่งคืน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งที่สามลดครึ่งราคา เป็นต้น

5. บุคลากร (People) สมาชิกทุกคนในชุมชนล้วนเป็นตัวกลางที่ทำหน้าที่เชื่อมระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่น เป็นผู้เล่าเรื่องราวต่างๆ ของชุมชน เป็นเจ้าบ้านที่ดีด้วยการต้อนรับอย่างอบอุ่น ประคองต้อนรับญาติมิตร หรือเพื่อนที่กลับมาเยี่ยมบ้าน รวมถึงผู้นำชุมชน ครู ภูมิปัญญา ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ผู้ประกอบอาชีพ หรือศาสตร์ต่างๆ ในชุมชนที่ต้องมาเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่คนในท้องถิ่นเพื่อรักษาไว้ไม่ให้สูญหายไปจากท้องถิ่น บุคลากรจึงมีความสำคัญที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการท่องเที่ยว และเกี่ยวข้องทางอ้อม ซึ่งนักท่องเที่ยวจะต้องพบเจอเมื่อเดินทางเข้าไปในชุมชน ทุกคนในชุมชนต้องยินดีและเต็มใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งจะส่งต่อประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว



6. กระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนในการจัดการท่องเที่ยว กระบวนการบริการการท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวต้องเป็นกระบวนการที่ไม่ยุ่งยาก ไม่ซับซ้อนต่อการใช้บริการ รวดเร็ว ถูกต้อง และแม่นยำตั้งแต่ครั้งแรก ระเบียบวิธีการ และงานปฏิบัติในการจัดการท่องเที่ยวที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อมอบบริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว ปฏิบัติตามได้สะดวก และง่ายทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

7. ภูมิทัศน์ หรือ สภาพทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องเตรียมไว้แสดงเป็นรูปธรรม เพื่อความสะดวกของการท่องเที่ยว เช่น สถานที่จอดรถ ที่พักแรม ที่พักแบบสัมผัสวิถีชุมชน ร้านอาหาร ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยว ถังขยะ ป้ายบอกทาง ข้อมูล หรือ แผนที่เส้นทางท่องเที่ยวภายในชุมชน ป้ายแสดงประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยวแต่ละจุดเป็นภาษาไทย และภาษาต่างประเทศ เป็นต้น สภาพทางกายภาพแสดงให้เห็นถึงรูปธรรมทางกายภาพ และรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงการแต่งกาย ความสะอาดเรียบร้อย ความปลอดภัยของสถานที่ การพูดจาด้วยอัธยาศัยที่เป็นมิตร สุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือ ผลประโยชน์อื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับ

การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนมุ่งนำเสนอ ส่งเสริม และสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการวางแผนการตลาดที่คำนึงถึงความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจชุมชน มิติสังคมวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน และมิติสิ่งแวดล้อม รวมถึงคำนึงถึงความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวควบคู่กันไปกับการวางแผนการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เมื่อพัฒนาแล้ว และชุมชนมีความพร้อมที่จะให้บริการการท่องเที่ยว ผู้จัดการท่องเที่ยวมีความจำเป็นที่ต้องเปิดตัว และสื่อสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวต่างๆ ของชุมชนให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ และรับทราบ เพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว คือ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย 7 ด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่นำความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาพัฒนาเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในอัตราค่าบริการที่เหมาะสม การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงจัดทำสารสื่อสารเรื่องราวของชุมชนผ่านป้ายสื่อความหมายติดตามสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการกระตุ้นการท่องเที่ยวในเทศกาลต่าง ๆ ด้วยนำเสนอโปรโมชั่นต่างๆ เช่น มีส่วนลดทางการท่องเที่ยว แคมป์พักในเทศกาลวันแม่ วันครอบครัว เป็นต้น การพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มีความรู้ ความ



เชี่ยวชาญในประวัติศาสตร์ของชุมชน สมาชิกในชุมชนมีอัตลักษณ์ที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีจิตใจใฝ่บริการ พร้อมนี้ ชุมชนต้องจัดเตรียมภูมิทัศน์ และลักษณะทางกายภาพให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัย โปร่ง ดุสอาดตา และรู้สึกปลอดภัยเมื่อเดินทางท่องเที่ยว มีโครงสร้างพื้นฐานอำนวยความสะดวก เช่น ถนน เส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกัน การบริการขนส่งสาธารณะ ป้ายบอกทาง ไฟฟ้า ประปา ระบบสื่อสาร และโทรคมนาคม หอน้ำสาธารณะ เป็นต้น โดยกระบวนการทั้งหมดของการบริการนักท่องเที่ยวต้องมีขั้นตอนที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน ไม่ยุ่งยาก มีความสะดวกต่อการรับบริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Zhang, Song and Huang (2009) อธิบายว่า ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) เป็นเครือข่ายของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในสร้างสรรค์กิจกรรม และผลิตภัณฑการท่องเที่ยวจนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ Tapper and Xavier (2004) ได้นำเสนอความเชื่อมโยงของธุรกิจภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การขนส่ง (Transport) ที่พัก (Accommodation) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) กิจกรรม (Activity) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ลูกค้า (Customers) การตลาด และการขาย (Marketing and Sales) การจัดการนำเที่ยว (Tour Operating) การจัดหาอาหาร และเครื่องดื่ม (Catering, food and Beverages) ธุรกิจซักล้าง (Laundry) การผลิตอาหาร (Food Production) การกำจัดของเสีย และนำกลับมาใช้ใหม่ (Waste Recycling and Disposal) ระบบไฟฟ้า และน้ำประปา (Energy and Water Supplies) โครงสร้างพื้นฐาน และแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยว (Infrastructure, Services and Resources of Destinations) เฟอร์นิเจอร์ และงานฝีมือ (Furniture and Crafts) วัฒนธรรม เหตุการณ์ทางสังคม และกีฬา (Cultural, Social and Sports Events) การเดินทางระยะสั้น และสิ่งดึงดูดใจ (Excursions and Attractions) การขนส่งภาคพื้นดิน (Ground Transport) และดำเนินการภาคพื้นดิน (Ground Operations) จากคำนิยามเป็นการร่วมมือของเครือข่ายของบุคคล กลุ่มคน ชุมชน หรือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของภาครัฐบาล และภาคเอกชนที่มีส่วนช่วยสนับสนุน และอำนวยความสะดวกต่อการให้บริการกับนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 1) นักท่องเที่ยว (Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในแหล่งท่องเที่ยว จำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกเป็นนักท่องเที่ยวที่จัดการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง โดยไม่ได้ใช้บริการผู้ประกอบการนำเที่ยว กลุ่มที่สองเป็นนักท่องเที่ยวที่มอบให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวจัดการเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวให้โดยมอบเงินเป็น



คำตอบแทนในการจัดการ 2) ตัวแทนกลาง (Intermediaries) เป็นผู้ที่ทำหน้าที่จัดหาแหล่งบริการให้กับนักท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการนำเที่ยว (Tour Operators) ตัวแทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Travel Agents) 3) ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service Providers) เป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือ ธุรกิจที่เป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวโดยตรง และมีปฏิสัมพันธ์ทางตรงกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ให้บริการที่พักแรม ผู้ให้บริการร้านอาหาร ผู้ให้บริการนำเที่ยว ผู้ให้บริการร้านค้าต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจ หรือ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว 4) ผู้ให้การสนับสนุนการบริการนักท่องเที่ยว (Tourism Service Suppliers) เป็นบุคคล กลุ่มบุคคล หรือ ธุรกิจที่สนับสนุนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ผู้ส่งวัตถุดิบสินค้า และสินค้าประกอบการบริการ ผู้จำหน่ายเครื่องมือ อุปกรณ์ วัสดุที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ผู้ผลิต และจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น และ 5) โครงสร้างพื้นฐาน และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ (Infrastructure and Other Stakeholders) เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ระบบการขนส่ง และการเดินทาง ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสาร ระบบการจัดการขยะ และของเสียไม่ให้ตกค้างในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ส่วนผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ได้แก่ บุคคล กลุ่มบุคคล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เช่น องค์การบริหารส่วนปกครองท้องถิ่น กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวัฒนธรรม เป็นต้น

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่จะสมบูรณ์ได้นั้นต้องมีการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในชุมชน และหน่วยงานภายนอกชุมชนที่ประสานงานกันอย่างสมบูรณ์แต่ละบุคคล กลุ่มบุคคล และภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่องซึ่งประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยว ตัวแทนกลาง ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ผู้ให้การสนับสนุนการบริการนักท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ทั้งหมดจะทำงานประสานกันเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น พร้อมนำเสนอส่งมอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายขององค์กรด้านการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในสร้างสรรค์กิจกรรม และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญของความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการบริหาร การวางแผน และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับเครือข่ายขององค์กรที่ทำงานการท่องเที่ยวภายในชุมชน และภายนอกชุมชนที่มีส่วนร่วม

ในสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยแต่ละห่วงโซ่จะทำงานประสานกันอย่างใกล้ชิด ได้แก่ ห่วงโซ่ของนักท่องเที่ยว ตัวแทนกลาง ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ผู้ให้การสนับสนุนการบริการนักท่องเที่ยว และห่วงโซ่โครงสร้างพื้นฐาน และผู้มีส่วนได้เสียอื่นๆ ทั้งหมดจะทำงานประสานกันเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น พร้อมนำเสนอ ส่งมอบผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว

บทสรุป

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ต่อชุมชน ลักษณะการท่องเที่ยวมุ่งสร้างการปฏิสัมพันธ์ และความผูกพันระหว่างเจ้าบ้าน (Host) กับผู้มาเยือน (Guest) ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้ เข้าใจถึงรากเหง้า (Authenticity) ของชุมชนอย่างลึกซึ้ง เน้นความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน และก่อให้เกิดการเรียนรู้ ประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับผู้มาเยือน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีปัจจัยหลายปัจจัยที่ประกอบเข้าด้วยกันแล้วทำให้การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนประสบความสำเร็จ ได้แก่ (1) สมาชิกในชุมชนเห็นประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยว (2) องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (3) แนวทางการเตรียมการและพัฒนาการท่องเที่ยว (4) การพัฒนาให้การท่องเที่ยวอยู่ในมาตรฐาน เกณฑ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ การรับรองแหล่งท่องเที่ยว (5) การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และ (6) การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยทั้ง 6 ปัจจัยนี้เป็นแนวทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จ และยังประโยชน์ของการท่องเที่ยวให้ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยสมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือกันในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกัน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ตอบวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวได้สมบูรณ์รูปแบบหนึ่งตามนิยามของการท่องเที่ยวว่า เป็นการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด และแสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ให้กับชีวิตซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนท้องถิ่นกับผู้มาเยือน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเป็น

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม ได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับทรัพยากร วัฒนธรรมของพื้นที่ ส่วนในด้านของชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะได้รับผลตอบแทนของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือการดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้วให้คงอยู่คู่ชุมชนตลอดไป ด้วยการบันทึกองค์ความรู้ พื้นฟู รักษา สืบสาน ประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา และสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น และประการสำคัญ คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือของพัฒนาคน และพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืนที่เกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชนเพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

บรรณานุกรม

- กรมท่องเที่ยว. 2559. **สรุปรายได้ และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยปี 2558**, สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2559, เข้าถึงได้จาก www.tourism.go.th/home/details/11/221/25306
- กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา. 2557. **นโยบายด้านการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2559. เข้าถึงได้จาก www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/mots_web57/ewt_news.php?nid=5953
- ดร.ชนิ เอมพันธุ์. 2550. **การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2552. **บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- ปวีรบรรต สมนึก. 2555. **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านภูกับการอนุรักษ์วัฒนธรรม**. วารสารศิลปศาสตร์. 8(1), 1-36.
- พจนา สอนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ. 2556. **คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. เชียงใหม่: พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์.
- พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์. 2557. **การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา**. ฌบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ วารสารวิชาการ Veridian E-Journal. 7(3), 650-665.
- วีระพล ทองมา. 2559. **การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism :CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้**. สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2559, เข้าถึงได้จาก www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc



- วรรณวิมล ภู่นาค. 2558. **ศักยภาพชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน**: กรณีศึกษาตลาดน้ำ
อัมพวา. 26(1), 63-74.
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. 2560. **ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2561. เข้าถึง
ได้จาก www.cbt-i.or.th/?ge=show_pages&gen_lang=20112012094103#.
Wn291byWaM8
- สินธุ์ สโรบล. 2546. **การท่องเที่ยวโดยชุมชนแนวคิดประสบการณ์จากภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ:
โครงการประสานงานวิจัย และพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำนักงานกองทุน
สนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- สำนักงานจังหวัดกระบี่. 2560. **หลักการของการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์
2561, เข้าถึงได้จาก www.krabi.go.th/krabi2015/m_file/lifetravel/25.pdf
- อาทิตย์ โชติวิริยวาณิชย์ ปัญญา หมั่นเก็บ และทิพวรรณ ลิ้มมั่งกูร. 2556. **การจัดการท่องเที่ยวโดย
ชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนหลวงพุด-ท่านเลี่ยมเขตตลาดกระบี่ กรุงเทพมหานคร**.
วารสารเกษตรพระจอมเกล้า. 31(2), 47-57.
- อรลัษชา ศิวรักษ์, พงนา สวนศรี, ชรินทร์ อยู่เพชร, แก้วตา ม่วงเกษม, มาลินวิศา ศักติยากร, วิริยะ
เดชะรุ่งโรจน์, วิมลสิริ เหมทานนท์ และอาภาพร เอี่ยมอุบล. 2559. **คู่มือสำหรับฝึกอบรม
ชุมชนท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: กรมท่องเที่ยว. วนิดาการพิมพ์.
- Dickman, S. 1996. **Tourism: An Introductory Text**. (2nd ed). Sydney: Hodder Education.
- Kotler, P. 2000. **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, And
Control** (10th ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Tapper, R. and Xavier, F. 2004. **Tourism Supply Chains: Report of a Desk Research
Project for The Travel Foundation: Final Report**. Leeds Metropolitan University and Environment Business and Development Group. Leeds, UK.
- Zhang, X., Song, H., Huang, G. Q. 2009. **Tourism Supply Chain Management: A new
research agenda**. Tourism Management. 30(1), 345-358.



การท่องเที่ยวชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมพื้นที่
ชุ่มน้ำหนองไผ่หวาน บ้านดอนแดง อำเภอสรีสงคราม จังหวัดนครพนม
Community Tourism and Environmental Conservation
Participation in Nong Chaiwan Wetland Dondeng Village,
Srisongkhram District, Nakhon Phanom Province

พรหมภัสสร ชุณหบุญญทิพย์*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นที่มีต่อประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไผ่หวาน บ้านดอนแดง อำเภอสรีสงคราม จังหวัดนครพนม (2) ศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจของประชาชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (3) ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไผ่หวาน บ้านดอนแดง อำเภอสรีสงคราม จังหวัดนครพนม (4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไผ่หวาน บ้านดอนแดง อำเภอสรีสงคราม จังหวัดนครพนม โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สุ่มครัวเรือนจำนวน 50 ครัวเรือน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

*อาจารย์ประจำวิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม



ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่เห็นว่าการท่องเที่ยวชุมชนก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจมากที่สุด คือเกิดรายได้เพิ่มขึ้น รองลงมาคือ ได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ผลการทดสอบสมมติฐาน ปรากฏว่า การได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขววน ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นในข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งนี้ รัฐจึงควรตระหนักถึงการได้รับผลประโยชน์ด้านรายได้ของชุมชนอย่างเท่าเทียมควบคู่ไปกับการให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่ชุมชน อันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนในที่สุด

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จังหวัดนครพนม พื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขววน

ABSTRACT

The objectives of this research were to study 1) local people opinions on community tourism benefit in Nong Chaiwan Wetland Dondeng Village, Srisongkhram District, Nakhon Phanom Province, 2) the local people knowledge and understanding about sustainable tourism, 3) the level of local people participation in environmental conservation at Nong Chaiwan Wetland Dondeng Village, Srisongkhram District, Nakhon Phanom Province, and 4) the relationship of community tourism benefit and the knowledge of sustainable tourism on the levels of local people participation in environmental conservation at Nong Chaiwan Wetland Dondeng Village, Srisongkhram District, Nakhon Phanom Province. The purposive sampling was employed to select a total of 50 households from the village. Questionnaire survey was carried out to collect data. Percentage and Mean was employed to analysis data research.

The results found most local people agreed that community tourism brought benefit to the communities. The monetary value was seen as the highest benefit to the communities, secondly, the knowledge and understanding of sustainable tourism, and finally the environmental conservation. The hypothesis testing revealed that the tourism income and the knowledge and understanding of sus-



tainable tourism, and finally level of environmental conservation participation were not significant different. Thus, the government should take into account for consideration the equality of benefit from the community based tourism together with the educating about environmental conservation to local people. That will lead to the sustainably tourism management in eventually.

Key Words: Community Based Tourism, Sustainable Tourism, Nakgon Phanom province, Nong Chaiwan Wetland

บทนำ

พื้นที่ชุ่มน้ำเป็นระบบนิเวศที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประเทศไทยมีพื้นที่ชุ่มน้ำ ประมาณ 36,616 ตารางกิโลเมตร หรือร้อยละ 7.5 ของพื้นที่ประเทศ ประเทศ (คณะกรรมการทรัพยากรน้ำแห่งชาติ, 2556) แต่ในปัจจุบัน พื้นที่เหล่านี้ถูกคุกคามจากการบุกรุก และการพัฒนาในรูปแบบต่างๆ ระบบนิเวศพื้นที่ชุ่มน้ำ มีบทบาทสำคัญต่อความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ เนื่องจากเป็นได้ทั้งแหล่งน้ำ แหล่งสำรองน้ำ เป็นขอบเขตกั้นการไหลเข้าของน้ำเค็ม ป้องกันการกัดเซาะของชายฝั่ง และช่วยในการป้องกันการตกตะกอน รวมถึงกรองแร่ธาตุและสารพิษอื่นๆ พื้นที่ชุ่มน้ำยังอุ้มชูประชากรสัตว์ป่าที่หลากหลาย ทั้งสัตว์บกและสัตว์น้ำ มันเป็นที่อาศัยสำหรับนกอพยพและทำหน้าที่เป็นที่ ผสมพันธุ์และวางไข่สำหรับปลาหลายร้อยสายพันธุ์ ซึ่งรวมไปถึงสัตว์น้ำที่เลี้ยงลูกด้วยนมที่หายาก เช่น พะยูนหางแฉก (Dugong) พะยูนหางกลม (Manatee) และโลมาน้ำจืด พื้นที่ชุ่มน้ำโดยเฉพาะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นแหล่งดำรงชีวิตที่สำคัญสำหรับคนชนบทส่วนใหญ่ น้ำจืดสร้างรายได้สำหรับผู้คน เป็นแหล่งอาหารที่มีโปรตีนและมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่รวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนมาเป็นระยะเวลานาน (Board, M. E. A., 2016)

จากการสำรวจพบว่า หนองไชยวาน จัดเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญระดับท้องถิ่น เป็นส่วนหนึ่งของป่าบึงป่าทามในลุ่มน้ำสงครามตอนล่าง บริเวณโดยรอบของหนองเป็นพื้นที่โล่ง แต่ผิวน้ำถูกปกคลุมด้วยพรรณไม้น้ำจำพวกหญ้าแพรกน้ำ ผือ แห้วทรงกระเทียม หญ้าหนวดปลาฉู เป็นต้น ระดับน้ำในหนองน้ำมีความลึกประมาณ 50 เซนติเมตร ในฤดูแล้ง แต่ในฤดูฝนระดับความลึกของน้ำโดยเฉลี่ยประมาณ 2-4 เมตร หนองไชยวาน มีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่น คือ เป็นแหล่งที่พบพืชเฉพาะถิ่นได้แก่ อินทวน้ำ (Kailasenia lineata (Craib) Tirveng) และที่หายาก



ได้แก่ ต้นไชยวาน (Cephalanthustetrandra (Roxb.) Ridsd.&Bakh. f.) และเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศลุ่มน้ำสงครามตอนล่าง มีพื้นที่ป่าบุงป่าทามซึ่งเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยและอนุบาลพันธุ์ปลาและสัตว์น้ำนานาชนิด ที่มีคุณค่าและความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีพของชุมชนท้องถิ่น โดยชาวบ้านสามารถเก็บหาผลผลิตจากหนองน้ำ ได้แก่ ปลา พืชพรรณ และสัตว์ เพื่อบริโภคในครัวเรือน และจำหน่ายเพื่อเป็นรายได้แก่ครัวเรือน นอกจากนี้ชุมชนยังนำน้ำมาใช้ประโยชน์เพื่อผลิตน้ำประปาหมู่บ้าน และใช้สำหรับทำนาปรังในฤดูแล้ง และใช้พื้นที่ชุ่มน้ำเป็นแหล่งเลี้ยงโค-กระบือ นอกจากการใช้ประโยชน์โดยตรงแล้วหนองไชยวาน ยังมีคุณค่าที่ชุมชนได้รับโดยอ้อม เช่น พื้นที่ชุ่มน้ำเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตนานาชนิด ช่วยกรองของเสีย มลพิษจากการเพาะปลูก และ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงอีกแห่งของกลุ่มพื้นที่ชุ่มน้ำในลุ่มน้ำสงครามตอนล่าง เป็นต้น คุณค่าและความสำคัญของพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไชยวาน จึงจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ คุณค่าด้านการสนับสนุนการดำรงชีพของมนุษย์ (Life Support) คุณค่าด้านสังคมวัฒนธรรม (Social-cultural) และคุณค่าด้านกระบวนการผลิต (Wetland Production) โดยคุณค่าของหนองไชยวานที่เห็นได้ชัดเจน ได้แก่ Ecological Values, Agricultural Values และ Wetland Product Values ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งหากพื้นที่ชุ่มน้ำถูกทำลายหรือทำให้เสื่อมโทรมลง จะมีผลกระทบโดยตรงต่อการทำมาหากินเพื่อดำรงชีพของชาวบ้านจากคุณค่าที่มีอยู่ของหนองไชยวาน จึงทำให้ปัจจุบัน WWF (World Wildlife Fund) ได้ส่งเสริมให้เป็นหนองไชยวานเป็นแหล่งอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมไปกับการส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เนื่องจากหนองไชยวานมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสำคัญต่อนันทนาการและการท่องเที่ยว กิจกรรมที่พบเห็นได้เสมอ เช่น กีฬาทางน้ำ การตกปลา การดูนก การถ่ายภาพธรรมชาติ การศึกษาธรรมชาติ การศึกษาชีวิตสัตว์ป่า การว่ายน้ำ การดำน้ำ การเล่นเรือ การพายเรือเล่น และอื่นๆ อีกมากมายและเป็นแหล่งสำคัญสำหรับการศึกษาวิจัยทางธรรมชาติวิทยา การศึกษากระบวนการความสมดุล ในระบบธรรมชาติทั้งระบบ เป็นแหล่งที่สมควรทำการติดตามตรวจสอบคุณภาพสิ่งแวดล้อม เป็นสถานที่ใช้สอนให้การศึกษาและให้การอบรมแก่ประชาชน

ประโยชน์และคุณค่าของพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไชยวานมีมากมายจนกระทั่งชาวบ้านดอนแดง ผู้ใช้ประโยชน์จากพื้นที่โดยตรง ได้เกิดแนวคิดของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในหนองไชยวานนำไปสู่กิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไชยวานขึ้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไชยวาน ได้กลายเป็นแหล่งรายได้ใหม่แก่คนในพื้นที่ เป็นแหล่งพักผ่อน



รองรับนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ ทำให้ประชาชนบ้านดอนแดงมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เนื่องจากการนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนในชุมชนและการร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุ่มน้ำที่ชุมชนใช้หาอยู่หากินมาใช้ให้เกิดประโยชน์ชาวบ้านดอนแดงยังได้แสดงให้เห็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่มีการจัดการที่เป็นระบบและมีความเข้าใจกันในกลุ่มของผู้เข้าร่วมกลุ่มเพื่อให้ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นการสร้างความมั่นคงแข็งแรงของชุมชนได้อย่างยั่งยืน ตรงตามแนวคิดที่ว่าประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวจะส่งผลให้ประชาชนท้องถิ่นหวงแหนและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม Holden, A. (2016)

ดังนั้น จากสถานการณ์ข้างต้น ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังกล่าวสามารถทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขววน ตามความคาดหวังหรือไม่ โดยงานวิจัยมุ่งศึกษาในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำของประชาชนในท้องถิ่นกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งมีสมมุติฐานว่า ผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน น่าจะมีส่วนร่วมในการรักษาพื้นที่ชุ่มน้ำ เพราะการมีความรู้และความเข้าใจในหลักการสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ต้องรักษาสถานทรัพยากรท่องเที่ยวไว้ให้ได้ จึงจะทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืน และงานวิจัยยังมุ่งศึกษาประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พื้นที่สีเขียวของประชาชนในท้องถิ่นกับรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การได้รับรายได้ น่าจะปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่การอนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำโดยมีสมมุติฐานว่า ประชาชนท้องถิ่นที่ได้รับรายได้จากการท่องเที่ยว น่าจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำมากกว่าผู้ไม่ได้รายได้จากการท่องเที่ยว โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยคัดเลือกพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขววน บ้านดอนแดง อำเภอสว่างศรีสงคราม จังหวัดนครพนม เป็นพื้นที่ศึกษา

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นที่มีต่อประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขววน บ้านดอนแดง อำเภอสว่างศรีสงคราม จังหวัดนครพนม
2. ศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจของประชาชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
3. ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขววน บ้านดอนแดง อำเภอสว่างศรีสงคราม จังหวัดนครพนม



4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่พื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขวยาว บ้านดอนแดง อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดนครพนม

ทบทวนวรรณกรรม

การท่องเที่ยวชุมชน

ฉันทพร วณิชฤทธา (2550) และ พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจด์ (2553) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน (Community Tourism) ไว้ว่า การท่องเที่ยวชุมชนคือการท่องเที่ยวที่อาศัยองค์ประกอบของชุมชนที่มีอยู่แล้วหรือศักยภาพเป็นพื้นฐาน โดยมีผู้ประกอบการหรือภาครัฐจัดการหรือส่งเสริมให้เข้ามาให้ท่องเที่ยวในชุมชน Boonratana (2010) ยังกล่าวว่า การท่องเที่ยวชุมชนเป็นการเรียกสถานการณ์การท่องเที่ยวในมิติเชิงพื้นที่ที่เกิดมีการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในบริเวณชุมชนที่มีผู้อยู่อาศัยโดยนักท่องเที่ยวเป็นผู้มาเยือน (Guest) ส่วนประชาชนในชุมชนเป็นเสมือนเจ้าบ้าน (Host) ซึ่งการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าบ้านนั้น โดยทั่วไปเรามักมองในฐานะผู้ให้บริการหรือจำหน่ายสินค้าแต่ในมุมมองของมานุษยวิทยาแล้วการท่องเที่ยวเป็นมากกว่าการค้าการขายเพราะยังเป็นการเชื่อมโยงและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมการเรียนรู้ร่วมกัน

สำหรับประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวชุมชนมีหลายประการ แต่สิ่งสำคัญคือประโยชน์ในด้านการพัฒนาของชุมชนเอง ลักษณะแบบนี้เป็นการท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองปัญหา หรือความต้องการของชุมชนบางอย่างซึ่งอาจไม่ใช่ด้านเศรษฐกิจเพียงประการเดียว ดังนั้น ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับนั้นอาจมีหลากหลาย เช่น หากต้องการแก้ปัญหาเรื่องสิ่งแวดล้อมของชุมชนนั้น ก็จะได้การจัดการสิ่งแวดล้อมโดยทางอ้อม ดังนั้นประโยชน์ก็คือสิ่งที่เป้าหมายกับชุมชนในตอนแรกเพื่อประโยชน์ทางด้านการพัฒนาการจัดการ มากกว่าประโยชน์ในเรื่องรายได้ ส่วนประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อไปท่องเที่ยวชุมชนก็คือ นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับความเป็นชุมชนและสิ่งที่ชุมชนต้องการนำเสนอ เช่น เมื่อชุมชนต้องการนำเสนอในด้านสิ่งแวดล้อม เรื่องของต้นไม้ คนในท้องถิ่นอาจพาไปดูพรุ่ ป่า หรือลำน้ำ นักท่องเที่ยวก็จะได้รับประโยชน์ที่เป็นข้อเท็จจริง และได้เรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน



แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

Bello, E. (2016) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบถึงตนส่วนใด Amin, A., และ Ibrahim, Y. (2016) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า หมายถึงกระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริมชักนำและสร้างโอกาสให้ประชาชนทั้งส่วนบุคคล กลุ่มชน ชุมชน สมาคมมูลนิธิ และองค์กรอาสาสมัครเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือ หลายๆ เรื่องแล้วแต่กรณี และ Lee, H. (2013) ได้สรุปว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเข้าร่วมอย่างแข็งขันและอย่างเต็มที่ของกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนได้เสียในทุกขั้นตอนของโครงการ หรืองานพัฒนาชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในอำนาจการตัดสินใจ และหน้าที่ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมเข้าร่วมจะเป็นเครื่องประกันว่าสิ่งที่ผู้มีส่วนได้เสียต้องการที่สุดนั้น จักได้รับการตอบสนอง และทำให้มีความเป็นไปได้มากขึ้นว่า สิ่งที่ทำไปนั้นจะตรงกับความต้องการที่แท้จริง และมั่นใจมากขึ้นว่าผู้เข้าร่วม ทุกคนจะได้รับประโยชน์เสมอหน้ากัน

การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

Rowland, L. (2014) ได้กล่าวไว้ว่า การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resource Conservation) หมายถึง การใช้ทรัพยากรธรรมชาติด้วยวิธีการฉลาดเหมาะสมโดยใช้อย่างประหยัดให้เกิดประโยชน์และเกิดคุณค่ามากที่สุด รวมทั้งการปรับปรุงของเสียให้น่ากลับมาใช้ใหม่ เพื่อให้เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด

Wellington, F. (2016) ได้กล่าวไว้ว่าการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง การรู้จักใช้ทรัพยากร ธรรมชาติอย่างชาญฉลาดให้เป็นประโยชน์ต่อมหาชนมากที่สุด และใช้เป็นเวลานานที่สุด ทั้งนี้ ต้องให้สูญเสียทรัพยากรธรรมชาติโดยเปล่าประโยชน์น้อยที่สุด และจะต้องกระจายการใช้ประโยชน์โดยทั่วถึงกันด้วย

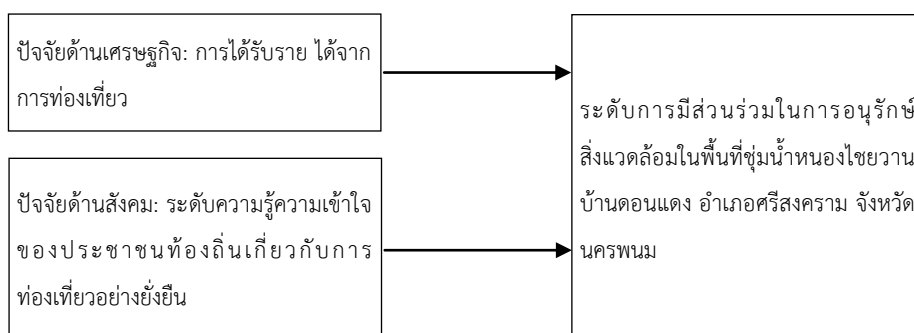
จากความหมายดังกล่าวของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ จะมีลักษณะของการจัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติแต่ละประเภทอย่างชาญฉลาด ทรัพยากรธรรมชาติชนิดใดหายากหรือลดจำนวนน้อยลง ถ้านำมาใช้ประโยชน์อาจทำให้เกิดผลเสียหายได้ ในสภาพนี้จะต้องนำหลักของการสงวน มาใช้ และในการใช้อย่างประหยัดและพยายามเพิ่มปริมาณให้เพียงพอก่อนที่จะนำไปใช้ในอนาคตสิ่งที่สำคัญ คือ ควรหาวิธีการที่จะทำให้มีทรัพยากรธรรมชาติมีไว้ใช้ประโยชน์ตลอดไป

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นที่อาศัยในหมู่บ้านดอนแดง อำเภอสรีสงคราม จังหวัดนครพนม ที่มีการให้บริการการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขวยวน เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขวยวน

กรอบแนวคิด

การศึกษาการท่องเที่ยวชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขวยวน บ้านดอนแดง อำเภอสรีสงคราม จังหวัดนครพนม มีกรอบแนวคิดในวิจัยไว้ดังนี้



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขวยวน บ้านดอนแดง อำเภอสรีสงคราม จังหวัดนครพนมโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ทำการศึกษาในช่วงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2559 รวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนประชากรและจำนวนครัวเรือนในพื้นที่ศึกษาเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา รวบรวมเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ศึกษาด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุ่มน้ำ เพื่อนำไปใช้สร้างแบบสัมภาษณ์ประชากรกลุ่มตัวอย่าง



2. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

2.1 ประชากรเป้าหมาย และขนาดตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครั้วเรือนในหมู่บ้านดอนแดง อำเภอสว่างศรีสงคราม จังหวัดนครพนม กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มชาวบ้านที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน และเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในหมู่บ้านดอนแดงไม่ต่ำกว่า 1 ปี จำนวนทั้งสิ้น 50 คน โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2.2 การสร้างเครื่องมือ สร้างแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยการศึกษาตำราเอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย (1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ความรู้ความเข้าใจของประชาชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจและสังคมของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว (4) การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชน

2.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนักวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้ตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยวในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ได้สัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.85 และข้อคำถามเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยวิธี Kuder-Richardson (KR.20) มีค่า KR.20 เท่ากับ 0.72

2.4 การเก็บข้อมูลภาคสนาม นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพไปเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นหัวหน้าครัวเรือนหรือตัวแทนครัวเรือนโดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้ที่มีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 50 ตัวอย่าง ยังหมู่บ้านเป้าหมายในวันที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวชุมชนช่วงเดือนตุลาคม 2559 คือเป็นวันที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมที่ชุมชนน้ำหนองไขววน และวันที่ไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ชุมชนน้ำ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บได้ทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ จัดทำคู่มือลงรหัส (Codebook) และทำการลงรหัส (Coding) ข้อมูลทุกส่วน จากนั้นวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

โดย โปรแกรมสำเร็จรูป ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อบรรยายค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และใช้ใช้สถิติค่า t-test ในการวิเคราะห์สมมุติฐานหาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและด้านสังคมที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่สีเขียว

ผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนและประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวชุมชน

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน

ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวชุมชน	ร้อยละ (n = 50)
1. การได้รับการยอมรับจากคนในชุมชน	56.8
2. ได้รับความรู้ความเข้าใจ	68.2
3. การได้เพื่อนใหม่	64.9
4. มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น	66.9
5. ได้รับรายได้เพิ่มขึ้น	94.5

จากตารางที่ 1 ผลจากความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ พบว่า ร้อยละ 94.5 ประชาชนในท้องถิ่นเห็นว่าชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจมากที่สุด คือ เกิดรายได้เพิ่มขึ้น ในชุมชน รองลงมาคือด้านสังคมในประเด็นที่ชุมชนได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยคิดเป็นร้อยละ 68.2 และความคิดเห็นของประชาชนในด้านสิ่งแวดล้อม คนในชุมชนเห็นว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น ร้อยละ 66.9 ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ชาวบ้านระบุว่า การท่องเที่ยวกระตุ้น ให้ชาวบ้านตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และความสะอาด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ ที่นักท่องเที่ยวทั่วไปให้ความสำคัญ

ส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาชุมชนในด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (ตารางที่ 2) ผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวถ่ายรูปธรรมชาติ ดูนก และเดินศึกษาธรรมชาติ เป็นกิจกรรมที่ประชาชนท้องถิ่นเห็นว่า มี

ความสำคัญต่อชุมชนในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับมาก กิจกรรมการพายเรือชมธรรมชาติในพื้นที่ชุ่มน้ำ มีความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ ต่อชุมชนสูง ส่วนกิจกรรมที่มีผลต่อการพัฒนาชุมชนด้านสังคมสูงสุด คือ กิจกรรมโฮมสเตย์ หมู่บ้านโอท็อปตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และกิจกรรมเที่ยวชมการทำอาหารพื้นบ้าน ทำเสื่อกก วิชาทกิจชุมชน มีความสำคัญระดับปานกลางด้านการเข้าร่วมบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนนั้น ส่วนใหญ่เป็นการเข้าร่วมกลุ่มและเป็นคณะกรรมการ เช่น กลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม กลุ่มสตรีทอเสื่อกก กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มประมงพื้นบ้าน เป็นต้น

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาชุมชนในด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

กิจกรรม	ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญต่อชุมชนในด้าน		
	เศรษฐกิจ	สังคม	สิ่งแวดล้อม
1. โฮมสเตย์	2.24 (M)	2.20 (M)	1.66 (L)
2. กิจกรรมพายเรือชมธรรมชาติ	2.36 (H)	2.03 (M)	1.68 (M)
3. หมู่บ้านโอท็อปตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	1.67 (M)	2.20 (M)	1.84 (M)
4. การนำเที่ยวหมู่บ้านชมวิถีชีวิต	2.02 (M)	2.03 (M)	2.08 (M)
5. การเช่าปั่นจักรยานนำเที่ยว	1.80 (M)	2.00 (M)	2.26 (M)
6. กิจกรรมเดินทางศึกษาธรรมชาติ	1.68 (M)	1.99 (M)	2.51 (H)
7. กิจกรรมถ่ายรูปธรรมชาติ	1.57 (L)	1.99 (M)	2.52 (H)
8. กิจกรรมตุนก	1.52 (L)	2.01 (M)	2.52 (H)
9. กิจกรรมศึกษาวิถีชุมชน ประมงพื้นบ้าน	1.76 (M)	2.02 (M)	2.33 (M)
10. กิจกรรมเที่ยวชมการทำอาหารพื้นบ้าน ทำเสื่อกก วิชาทกิจชุมชน	1.99 (M)	2.18 (M)	1.66 (L)

2. ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ตัวอย่างพบว่า ร้อยละ 97 ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจ ต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่นำไปสู่กระตุ้นให้ชุมชนมีจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ เมื่อศึกษาถึงระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในภาพรวม (ตารางที่ 3) พบว่าได้ความรู้ความเข้าใจกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนจากการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน มีค่าคะแนนเฉลี่ย 10.67 (S.D.=2.213)



ตารางที่ 3 การจำแนกระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ระดับความรู้ความเข้าใจ	ความหมาย	ร้อยละ
ระดับสูง	คะแนน>10.67	52.7
ระดับต่ำ	คะแนน<10.67	47.3
รวม		100.0
ค่าคะแนนเฉลี่ย		10.67
		(S.D.=2.213)

**3. รูปแบบและระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
พื้นที่ชุ่มน้ำหนองไผ่หวาน บ้านดอนแดง อำเภอสว่างศรีสงคราม จังหวัดนครพนม**

ตารางที่ 4 ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในพื้นที่ชุ่มน้ำ
หนองไผ่หวาน บ้านดอนแดง อำเภอสว่างศรีสงคราม จังหวัดนครพนม

ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	รวม (ร้อยละ)
ไม่เคยเข้าร่วม	12.8
เข้าร่วมกิจกรรม 1-3 ครั้ง/ปี	45.9
เข้าร่วมกิจกรรม >3-5 ครั้ง/ปี	23.4
เข้าร่วมกิจกรรม >5 ครั้ง/ปี	17.9
รวม	100

ผลการศึกษา ถึงระดับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำหนองไผ่หวาน โดยวัดเป็นจำนวนครั้ง ของกิจกรรมที่เข้าร่วม พบว่า ชุมชนบ้านดอนแดงส่วนใหญ่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไผ่หวาน 1-3 ครั้งต่อปี ร้อยละ 45.9 รองลงมา เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่า 3- 5 ครั้งต่อปี ร้อยละ 23.4 และเข้าร่วมมากกว่า 5 ครั้งต่อปี ร้อยละ 17.9 ตามลำดับ ดังใน (ตารางที่ 4) ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ชุมชนบ้านดอนแดง มีกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลาย มีความเชื่อมโยงและส่งเสริมกับกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหลายกิจกรรม ตัวอย่างเช่น กิจกรรมพายเรือชมธรรมชาติ และปั่นจักรยานวิถีชีวิตชุมชนในหมู่บ้าน และประมงพื้นบ้าน ซึ่งชุมชนตระหนักถึงคุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่ดี



4. การทดสอบสมมุติฐานความสัมพันธ์ระหว่างการได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชนและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมบริเวณพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขยวาน บ้านดอนแดง อำเภอสว่างศรี จังหวัดนครพนม

การได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขยวาน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยจากการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่าง ผู้มีระดับความรู้สูงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสูงกว่าผู้มีความรู้ความเข้าใจต่ำ อธิบายได้ว่า เมื่อมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งมีหลักการสำคัญคือการอนุรักษ์ฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมไว้เพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ได้ยั่งยืนยาวนาน ก็น่าจะเข้าใจและเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์สูงด้วยเช่นกัน (ตารางที่ 5) นอกจากนี้ ผลการศึกษายังได้ชี้ให้เห็นเพิ่มเติมว่า การได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวมีส่วนสัมพันธ์ในทางบวกกับการเข้าร่วมกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขยวาน

ตารางที่ 5 การทดสอบสมมุติฐานความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจและด้านสังคมที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่สีเขียว

ปัจจัยอิสระ	ค่า t	P-value
1. การได้รับรายได้จากการท่องเที่ยว	-4.208	0.000
2. ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	4.491	0.000

สรุปและอภิปรายผล

1. ประชาชนในหมู่บ้านดอนแดง ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวชุมชนก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจมากที่สุด คือ เกิดรายได้เพิ่มขึ้นในชุมชน ในมุมมองของท้องถิ่นแล้ว การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อชุมชน และน่าจะเป็นตัวแปรสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาชุมชนจากรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Adongo, R., et al., (2017) ที่กล่าวว่าประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยวมีหลายประการ แต่สิ่งสำคัญคือประโยชน์ในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของชุมชนเอง อันส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนท้องถิ่นมีความสุข สามารถดูแลจัดการทรัพยากรและสังคมเศรษฐกิจด้วยตนเองเป็นหลัก



2. ในส่วนของระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประชาชนในหมู่บ้านดอนแดงมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน ซึ่งระดับความรู้ความเข้าใจของประชาชนจะส่งผลต่อกระบวนการจัดการความรู้ในการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ทำให้เกิดความยั่งยืนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐทิศา โรจนประศาสน์ (2558) ที่วิจัยหัวข้อเรื่อง ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนชายฝั่งจังหวัดตรัง

3. ระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของประชาชนในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไฮวานอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นผลมาจากประชาชนมีความตระหนักถึงคุณค่าของพื้นที่ชุ่มน้ำและนำไปสู่การเกิดจิตสำนึกในการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุ่มน้ำที่ตนเป็นเจ้าของอยู่สอดคล้องกับ Warburton, D., (2013) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนในการทำกิจกรรมหรือการเป็นส่วนหนึ่งในโครงการพัฒนาชุมชน จะทำให้เกิดความตระหนักในความเป็นเจ้าของต่อสถานที่หรือสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อความเป็นอยู่ของตนเอง โดยเฉพาะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นฐานของปัจจัยสี่

4. การได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวและความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไฮวาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อเศรษฐกิจดี ประชาชนมีรายได้สมำเสมอมีความเป็นอยู่อย่างที่ต้องการจะทำให้เกิดคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนในท้องถิ่น (Uysal, M., et al., 2016) รวมไปถึงการท่องเที่ยวยังส่งผลต่อตระหนักถึงประโยชน์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เป็นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน และอาจกล่าวได้ว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมย่อมมีส่วนต่อพฤติกรรมการอนุรักษ์พื้นที่ชุ่มน้ำหนองไฮวาน ดังนั้น การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว นอกจากประชาชนจะได้รับผลประโยชน์ด้านรายได้อย่างเท่าเทียมแล้ว การได้รับความรู้ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะนำไปสู่กระบวนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในชุมชนอันจะนำไปสู่การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาพบว่า การได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวมีส่วนในการกระตุ้นให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไฮวานสูงขึ้น ดังนั้น จึงควรกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่กระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม



2. ควรทำความเข้าใจกับชาวบ้านในชุมชน เกี่ยวกับ กิจกรรมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ กิจกรรมสิ่งแวดล้อมศึกษา และการสื่อความหมายธรรมชาติ ว่ามีความสำคัญอย่างไร และควรส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมศึกษา โดยทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล และกรมป่าไม้ ควรมีการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ผูกอบรม ศึกษาดูงานเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อป้องกันการเกิดผลกระทบต่อการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในอนาคต ประสานและร่วมมือกันในการจัดกิจกรรมการอนุรักษ์ อาทิ การจัดงานปลูกต้นไม้ การปล่อยปลาในหนองหรือจัดกิจกรรมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปลูกสร้าง และบำรุงพื้นที่ชุ่มน้ำหนองไขววน ให้ชุมชนได้ตระหนักรู้ถึงคุณค่าของพื้นที่ชุ่มน้ำ และเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

การทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พื้นที่ชุ่มน้ำในครั้งต่อไป นั้น ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะมีผลและอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของชุมชนในพื้นที่ชุ่มน้ำอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ทักษะคิด แนวความคิดความพึงพอใจของชุมชนต่อการจัดการที่ดิน การเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน และการจัดโซนนิ่ง ในเขตพื้นที่อนุรักษ์ ความคาดหวังในผลประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับและแนวความคิดเกี่ยวกับการได้รับความช่วยเหลือหรือสนับสนุนจากราชการและองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น และควรศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสภาพแวดล้อมของพื้นที่ชุ่มน้ำ เพื่อป้องกันการเกิด ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมในอนาคต

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการทรัพยากรน้ำ. (2556). **หลักเกณฑ์และกรอบแนวทางในการอนุรักษ์ฟื้นฟูแหล่งน้ำและพื้นที่ชุ่มน้ำ**. สืบค้นเมื่อ ตุลาคม 2559, จาก <https://goo.gl/7ouKQC>.
- ณัฐทิศา โธนาประศาสน์ และคณะ. (2558). **ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนชายฝั่งจังหวัดตรัง**. วารสารเกษตรศาสตร์ (สังคม), (36)1, 60 – 73.
- อัมพร วณิชฤทธา. (2550). **การจัดการความรู้ในชุมชน : กรณีศึกษาด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนมีส่วนร่วม จังหวัดสมุทรสงคราม**. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์. (2553). **การท่องเที่ยวชุมชน**. กรุงเทพฯ, โอ.เอส.พริ้นติ้งเฮาส์.



- Adongo, R., Choe, J. Y., & Han, H. (2017). **Tourism in Hoi An, Vietnam: impacts, perceived benefits, community attachment and support for tourism development.** *International Journal of Tourism Sciences*, 17(2), 86-106.
- Amin, A., & Ibrahim, Y. (2016). **Sustainable community participation in homestay program.** *International Business Management*, 10(1), 18-23.
- Bello, F. G., Lovelock, B., & Carr, N. (2016). **Enhancing community participation in tourism planning associated with protected areas in developing countries: Lessons from Malawi.** *Tourism and Hospitality Research*.
- Board, M. E. A. (2016). **Ecosystems and human well-being: Wetlands and water synthesis.** World Resources Institute, Washington, DC.
- Boonratana, R. (2010). **Community-based Tourism in Thailand: The Need and Justification for an Operational Definition.** *Kasetsart Journal Social Science*. 31(2), 280-289.
- Lee, T. H. (2013). **Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development.** *Tourism Management*, 34, 37-46.
- Rowland, E. L., Cross, M. S., & Hartmann, H. (2014). **Considering Multiple Futures: Scenario Planning To Address Uncertainty in Natural Resource Conservation.** US Fish and Wildlife Service, Washington, DC.
- Holden, A. (2016). **Environment and tourism.** New York : Routledge.
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). **Quality of life (QOL) and well-being research in tourism.** *Tourism Management*, 53, 244-261.
- Warburton, D. (2013). **Community and sustainable development: participation in the future.** New York : Routledge.



การจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่ สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

Managing Values-Driven Organizational Culture to Sustainable Development in hospitality and tourism industry

โชคชัย สุเวชวัฒนกุล*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแนวการจัดการและขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าในอุตสาหกรรมบริการเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน โดยวิธีการวิจัยคุณภาพ ซึ่งทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจำนวน 16 คนในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ จาก 4 จังหวัดได้แก่ ชลบุรี อุตรดิตถ์ เชียงใหม่ และภูเก็ตและนำเสนอ แนวทางการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่วัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า 3 รูปแบบได้แก่ (1) การสร้างวัฒนธรรมแห่งความหมาย (Meaningful Culture) (2) การสร้าง วัฒนธรรมแห่งการเป็นชุมชน (Community Building Culture) (3) การสร้างวัฒนธรรมแห่ง ความเป็นเจ้าของ (Belonging Culture) และนำเสนอ ขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าใน 3 ส่วนได้แก่

ส่วนที่ 1 การเตรียมการ ส่วนที่ 2 การนำไปปฏิบัติ ส่วนที่ 3 การดูแลรักษา ผล การศึกษาในครั้งนี้ทำให้เห็นแนวทางในการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าใน อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนได้ต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการ วัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า อุตสาหกรรมบริการและการ ท่องเที่ยว

*ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาการจัดการและอุตสาหกรรมบริการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒน บริหารศาสตร์



Abstract

The objectives of this research report are developing managing organization culture guideline and stages for managing values-driven organizational Culture in hospitality and tourism industry to sustainable development. The qualitative research was adopted by interviewing of 16 operators in hospitality and tourism industry from Chonburi, Udon Thani, Chiang Mai and Phuket.. The guideline for managing organization culture values-driven organizational culture are (1) Meaningful Culture (2) Community Building Culture (3) Belonging Culture. The stages for implement Values-Driven Organizational Culture are (1) Preparing stage (2) Practice Stage and (3) Maintenance stage. The findings from this research show guideline for developing sustainable tourism activities in hospitality and tourism industry.

บทนำ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา รายได้จากการบริการและการท่องเที่ยวของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวต่างชาติต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของไทยมีอัตราที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากประมาณร้อยละ 5.2 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 8.6 ในปี 2555 (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2558) ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากิจกรรมในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของไทย เติบโตและมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพื่อรักษาความสำคัญของอุตสาหกรรมดังกล่าว จึงมีความจำเป็นที่องค์กรต่างๆ ต้องหาแนวทางในการจัดการเพื่อการรักษาความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

แนวทางการจัดการในองค์กร หากจะแบ่งตามยุคของการจัดการสามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ยุคสำคัญได้แก่ การจัดการที่ให้ความสำคัญกับระบบวิธีการทำงาน (Scientific management) การจัดการที่ให้ความสำคัญกับความคิดความรู้สึกของบุคคลที่อยู่ในองค์กร (Human relations management) และการจัดการที่คำนึงถึงการเลือกใช้แนวทางการจัดการทั้งระบบวิธีการทำงานและความคิดความรู้สึกของบุคคลที่อยู่ในองค์กร โดยการใช้ให้เหมาะสมกับบริบทขององค์กร (Modern Management) (G. A. Cole, 2004; K. Cole, 2013; Rao, 2010; Shel-drake, 2003) ซึ่งสำหรับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวแล้ว การจัดการในยุคที่



ความสำคัญกับความคิดความรู้สึกของบุคคลที่อยู่ในองค์กร จึงเป็นฐานคิดสำคัญของการเลือกใช้แนวทางการจัดการสมัยใหม่ในองค์กร เนื่องจากผลิตภัณฑ์และการบริการที่ส่งมอบในอุตสาหกรรมนี้มีลักษณะพิเศษกล่าวคือการส่งมอบส่วนใหญ่ต้องส่งมอบผ่านบุคคล ดังนั้น การจัดการเพื่อให้พนักงานมีความสุขในการทำงานเพื่อส่งมอบความรู้สึกและความประทับใจให้แก่ลูกค้าจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่องค์กรควรคำนึงถึง

การจัดการองค์กรไปสู่องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยระบบคุณค่า (Values-Driven Organization) ซึ่งหมายถึงองค์กรที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าภายในตนเองของพนักงาน ด้วยการสร้างความผาสุกทางกายภาพ ความผาสุกทางอารมณ์ ความผาสุกทางจิตใจเป็นแนวทางหนึ่งที่ใช้ฐานคิดสำคัญของแนวทางการจัดการที่ให้ความสำคัญกับความคิดความรู้สึกของบุคคลที่อยู่ในองค์กร เป็นแนวคิดได้รับการยอมรับว่าจะช่วยให้พนักงานนำเอาภาวะความคิดสร้างสรรค์และผลิตภาพระดับสูงสุดออกมาใช้งานได้ ดังนั้นจึงถือได้ว่าแนวทางการจัดการในลักษณะนี้จึงเป็นแนวทางการจัดการรูปแบบหนึ่งที่ช่วยให้เป้าหมายของการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และการบริการร่วมทั้งการสร้างสมดุลแห่งการพัฒนาที่ยั่งยืนให้แก่องค์กรเกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม

การวิจัยในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์สำคัญในการศึกษาเพื่อพัฒนาแนวการจัดการและขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าในอุตสาหกรรมบริการเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

คำถามการวิจัย

1. แนวทางการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวมีอะไร
2. ขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวมีอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว



2. เพื่อเสนอแนะขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

แนวคิดองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Values-Driven Organization) มีทฤษฎีแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

2.1 ความหมายขององค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Values-Driven Organization) เป็นแนวคิดของการจัดการองค์กรที่เป็นผลพวงของการจัดการที่ปรับเปลี่ยนจากความเชื่อว่าง องค์กรเปรียบเหมือนเครื่องจักร เชื่อมั่นว่า องค์กรเปรียบเสมือนหน่วยที่มีชีวิตคือการที่องค์กรเริ่มให้ความสำคัญกับความคิดความรู้สึกของพนักงาน

องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า จึงหมายถึง องค์กรที่ใส่ใจต่อคุณค่าที่เป็นความคิด ความรู้สึกภายในของพนักงานหรือการใส่ใจในคุณค่าทางจิตวิญญาณ เช่น ความไว้วางใจ ความซื่อสัตย์ ความสุจริต ความกรุณา และการแบ่งปัน ซึ่งทำให้คุณค่าในชีวิตที่เป็นเรื่องภายในจิตใจของพนักงานสอดคล้องกับคุณค่าที่องค์กรให้ความสำคัญอันจะนำมาซึ่งความไว้วางใจ ความมุ่งมั่นในการทำงาน และมีการนำศักยภาพด้านการสร้างสรรค์และการเสริมสร้างผลผลิตภาพออกมาใช้อย่างเต็มที่ (Barrett, 2014; Bell-Laroche, MacLean, Thibault, & Wolfe, 2014; Bode-Greuel & Nickisch, 2008; Cha & Edmondson, 2006; Kanchana, 2013; R. A. Pohlman, Gardiner, & Heffes, 2000)

2.2 คุณค่าสำคัญขององค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า

องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าคือองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อคุณค่าต่างๆ ที่อยู่ในจิตใจของพนักงานซึ่งประกอบด้วย (Barrett, 2014; Bell-Laroche et al., 2014; Bode-Greuel & Nickisch, 2008; Cha & Edmondson, 2006; Cohen & Warwick, 2006; Kanchana, 2013; "Leadership qualities and roles of sustainable and values-driven leaders," 2013; R. Pohlman & Gardiner, 2000; R. A. Pohlman et al., 2000)



2.1 คุณค่าด้านความผาสุกทางกายภาพ คือ การที่ยังคงให้ความสำคัญกับคุณค่าความสำเร็จทางการเงิน แต่มีความแตกต่างจากแนวคิดแบบอื่นๆ คือการเชื่อมั่นว่าความสำเร็จดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ ต้องเกิดจาก ความสมบูรณ์ทางกายภาพ อารมณ์ จิตใจ และความสุขในการทำงานของพนักงานและความสุขของผู้มีส่วนได้เสียทางธุรกิจ เช่น ลูกค้า เป็นต้น ตัวชี้วัดในด้านนี้เช่น ผลกำไร กระแสเงินสด อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ และมูลค่าของผู้ถือหุ้น

2.2 คุณค่าด้านความผาสุกทางอารมณ์ คือ การให้ความสำคัญกับสัมพันธภาพระหว่างบุคคลทั้งภายในองค์กร คือความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานด้วยกันเอง และภายนอกองค์กร คือความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับบุคคลต่างๆ ที่มีส่วนได้เสียทางธุรกิจเช่น ลูกค้า การสร้างความคุณค่าดังกล่าวให้เกิดขึ้น องค์กรต้องคำนึงถึงความยุติธรรม ความเสมอภาค การยอมรับยกย่องและการให้เสรีภาพพร้อมด้วยความรับผิดชอบและความภาคภูมิใจในงานของตน ตัวชี้วัดที่สำคัญได้แก่ ผลผลิตภาพ ประสิทธิภาพ คุณภาพของงาน และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

2.3 คุณค่าด้านความผาสุกทางจิตใจ คือ การให้ความสำคัญแก่ การเรียนรู้ที่เกี่ยวกับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งมีฐานสำคัญในการมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์จากภายนอกที่มีตลาดเป็นพื้นฐาน และการเรียนรู้ที่เกี่ยวกับการเติบโตภายในซึ่งมีฐานสำคัญในการมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์จากความคิด ความรู้สึกภายในของพนักงาน ตัวชี้วัดที่สำคัญของคุณค่าในด้านนี้ได้แก่ การมีส่วนร่วมและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นภายในองค์กร

2.4 คุณค่าด้านความผาสุกทางจิตวิญญาณ คือ ระดับความเชื่อมต่อทั้งภายในและภายนอกองค์กร การเชื่อมต่อภายในองค์กร เกิดจากองค์กรที่เชื่อมั่นในระบบการจัดการคุณค่าและผลักดันอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีความเข้มแข็ง เมื่อพนักงานเข้าใจถึงคุณค่านี้ ก็จะร่วมกันทำงานเพื่อประโยชน์ทั้งของตนเอง องค์กรและสังคม การเชื่อมต่อภายนอกองค์กรเกิดขึ้นเมื่อองค์กรสามารถสร้างความเป็นพันธมิตรให้เกิดขึ้นกับผู้มีส่วนได้เสียเช่น ลูกค้า และชุมชนโดยรอบ ตัวชี้วัดที่สำคัญได้แก่การเกาะเกี่ยวกัน ความร่วมมือ การเป็นหุ้นส่วนพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ การเกี่ยวข้องกับชุมชนและความรับผิดชอบต่อสังคม

จากแนวคิด ทฤษฎี พบว่า การก้าวสู่ความเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Values-Driven Organization) จะเกิดขึ้นได้ปัจจัยที่มีความสำคัญได้แก่ วัฒนธรรมองค์กร การวิจัยในครั้งนี้จึงจะนำแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมองค์กรมาประกอบต่อไป



แนวคิดวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร หมายถึง รูปแบบ แนวทาง ค่านิยม และวิถีทางที่บุคคลในองค์กรเห็นร่วมกันและยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ทั้งในแง่ของการปฏิบัติตัว และการปฏิบัติงานในหน้าที่ ซึ่งเมื่อมีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง และปฏิบัติโดยสมาชิกทั้งหมดในองค์กร ก็สามารถที่สะท้อนออกมาเป็นภาพลักษณ์ที่บุคคลภายนอกมองเห็นและเข้าใจได้ (Cushway, Lodge, & Association for Management Education and Development., 1993; Gibson, 2006; Johns, 1992, 1996; Middlemist & Hitt, 1988; Morgan, 2006)

1. บทบาทของวัฒนธรรมองค์กร

1.1 บทบาทการเป็นสิ่งที่สนับสนุนหรือขัดขวางการเติบโตขององค์กร

เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรเป็นสิ่งที่บุคคลในองค์กรเชื่อถือ และใช้เป็นแนวปฏิบัติตนทั้งในมิติการประพฤติตน และ มิติการดำเนินงานตามหน้าที่ต่างๆ ที่ได้รับมอบหมาย วัฒนธรรมองค์กรจึงมีความลึกซึ้งกว่ากฎระเบียบที่องค์กรกำหนดให้พนักงานปฏิบัติ ดังนั้น การที่องค์กรใดจะเลือกมีวัฒนธรรมองค์กรในลักษณะใด จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความเติบโตขององค์กรเป็นอย่างมาก ถ้าองค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่สอดคล้องกับเป้าหมายที่องค์กรต้องการจะไปถึง ก็จะช่วยสนับสนุนให้เป้าหมายนั้นสำเร็จได้ แต่ในขณะเดียวกัน ถ้าวัฒนธรรมองค์กรที่มีอยู่ไม่ได้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร ก็เป็นเรื่องยากที่จะเกิดความสำเร็จขึ้น

1.2 บทบาทการเป็นรูปแบบของพฤติกรรมของบุคลากรและองค์กร

วัฒนธรรมองค์กร มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการกำหนดรูปแบบของพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรในทุกมิติและยังส่งต่อจากบุคลากรรุ่นหนึ่งสู่บุคลากรรุ่นหนึ่งอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น สิ่งที่บุคคลในองค์กรได้เลือกเป็นวัฒนธรรมองค์กรแล้ว จึงมีบทบาทสำคัญในการเป็นรูปแบบของพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นชัดเจนในเวลาที่ต้องการมี ปัญหาและต้องการการตัดสินใจ และปัญหานั้นเป็นปัญหาที่ซับซ้อน การตัดสินใจนั้นๆ ก็จะเป็นไปตามรูปแบบของวัฒนธรรมองค์กรที่ปฏิบัติกันมา ดังนั้น บทบาทของวัฒนธรรมองค์กรจึงไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่คนยึดถือเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทในฐานะการเป็นผู้กำหนดรูปแบบของพฤติกรรมของบุคคลในองค์กร และพฤติกรรมองค์กรด้วย (Cushway et al., 1993; Gibson, 2006; Johns, 1992, 1996; Litterer, 1980; Middlemist & Hitt, 1988; Morgan, 2006; Reeves-Ellington & Yammarino, 2010; Sims, Fineman, & Gabriel, 1993)



จากความหมายและบทบาทของวัฒนธรรมองค์กรที่ได้กล่าวมา ทำให้เห็นได้ว่า แนวคิดองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า (Values-Driven Organization) และแนวคิดวัฒนธรรมองค์กรมีฐานคิดที่สำคัญร่วมกันอย่างหนึ่งคือการให้ความสำคัญกับจิตใจ ความคิด ความรู้สึกของบุคลากรที่อยู่ในองค์กร ดังนั้นการนำแนวคิดที่เกี่ยวกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรมาใช้ในการจัดการองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าจึงช่วยสนับสนุนให้แนวคิดดังกล่าวประสบความสำเร็จได้อย่างดี

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่มีประสบการณ์การดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการมากกว่า 10 ปี ซึ่งมีการจัดเก็บข้อมูลจาก 4 จังหวัดหลักทางการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ ชลบุรี อุตรธานี เชียงใหม่ และภูเก็ต โดยมีจำนวนผู้ให้ข้อมูลรวมทั้งสิ้น 16 คนประกอบด้วย ผู้ประกอบการด้านที่พัก จำนวน 4 ราย ด้านร้านอาหาร จำนวน 4 ราย ด้านบริษัทนำเที่ยว จำนวน 4 ราย ด้านขายของที่ระลึก 4 ราย โดยได้มีการแจ้งถึงวัตถุประสงค์การวิจัย และหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้เข้าร่วมให้ข้อมูลแก่สมาคมการท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อให้สมาคมการท่องเที่ยวพิจารณาผู้ที่มีความเหมาะสมทั้งในด้านประสบการณ์และความพร้อมในการให้สัมภาษณ์ในการวิจัยครั้งนี้

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกแบบกึ่งมีโครงสร้าง (In-Depth Interview) โดยกำหนดให้สอดคล้องกับคำถามงานวิจัย ที่กำหนดไว้ โดยได้ทำการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย นักวิชาการ 1 ท่าน และนายกสมาคมการท่องเที่ยว 2 ท่าน ซึ่งผลการศึกษาพบค่า IOC ของแต่ละประเด็นคำถามมากกว่า 0.50



สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวจากทั้ง 4 ภาคของประเทศไทย เกี่ยวกับแนวทางการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ การเสนอแนะขั้นตอนการจัดการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการศึกษาในครั้งนี้ สรุปได้ดังนี้

1. แนวทางการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่วัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มีข้อเสนอแนะถึงแนวทางการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนดังนี้

1.1 การสร้างวัฒนธรรมแห่งความหมาย (Meaningful Culture) ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้ ที่เป็นตัวอย่างดังนี้

“พนักงานในธุรกิจเราไม่ค่อยมีความสุขในการทำงานเพราะเป็นงานที่ต้องเจอลูกค้าไว้วายใส่บ่อย”

“พนักงานโดยเฉพาะเด็กรุ่นใหม่ ไม่มีความมุ่งมั่น อดทน ทำงาน”

“คนงานของเราใช้ชีวิตไปเรื่อยๆ งานเลยออกมาแบบเรื่อยๆ”

“เราต้องช่วยกันทำให้พนักงานแต่ละคนมีเป้าหมายในชีวิต เพื่อให้เค้าตั้งใจทำงานกันมากขึ้น”

“เขาต้องเข้าใจว่าทำงานแล้วตัวเขาจะได้อะไร องค์กรจะได้อะไร แล้วจะได้ทุ่มเททำกัน”

“เค้าคงต้องเข้าใจว่า ถ้าเราเมื่อน้อย ไม่ใช่ว่าไม่อยากให้ แต่เราก็พยายามดูแลเค้าอย่างดี”

จากประเด็นสำคัญดังกล่าว สรุปได้ดังนี้ องค์กรควรมีการสนับสนุนให้พนักงานในอุตสาหกรรมบริการให้เข้าใจถึงความหมายในชีวิต ซึ่งหมายถึงการเข้าใจตนเองอย่างแท้จริงว่ามีความต้องการอะไร และมีชีวิตอยู่เพื่ออะไร และมีแนวทางอย่างไรที่จะทำให้ความหมายของชีวิตในแต่ละบุคคลสอดคล้องกับความหมายขององค์กร การเข้าใจถึงความหมายของชีวิตอย่างแท้จริงจะเป็นแรงจูงใจภายในที่จะนำไปให้พนักงานไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งมีอิทธิพลมากกว่าแรงจูงใจภายนอกอื่นๆ เช่น ค่าตอบแทน



รูปแบบความต้องการในระดับบุคคลของพนักงานที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของความหมายในชีวิตของพนักงาน อาจอธิบายได้หลายลักษณะ เช่น การใช้ทฤษฎีความต้องการของ Maslow ซึ่งได้แก่

เมื่อพนักงานสามารถเข้าใจความหมายในชีวิตที่แท้จริงแล้ว องค์กรควรมีกระบวนการในการสนับสนุนให้พนักงานได้ทำงานที่สอดคล้องกับความหมายของตนเอง รวมทั้งสอดคล้องกับความต้องการขององค์กร ผลของการสนับสนุนให้พนักงานเข้าใจในความหมายที่แท้จริงและเลือกทำงานที่สอดคล้อง จะทำให้พนักงานมีแรงจูงใจภายในโดยสมบูรณ์ ไม่มีคำว่าทำงานเพียงเพราะเป็นอาชีพ แต่จะช่วยให้งานกลายเป็นพันธสัญญาที่จะปฏิบัติเพื่อความสุขในใจ อันจะนำมาซึ่งความรัก ความทุ่มเทในงาน การสร้างสรรค์และการก้าวข้ามผ่านปัญหา และนำมาซึ่งความไว้วางใจในงานที่ทำและองค์กรที่สังกัดได้ช่วยให้ความหมายในชีวิตได้รับการสนับสนุน

1.2 การสร้างวัฒนธรรมแห่งการเป็นชุมชน (Community Building Culture) ตัวอย่างการให้สัมภาษณ์ที่ผู้ให้ข้อมูลกล่าวถึงประเด็นนี้มีดังนี้

“องค์กรที่ติดระเบียบขั้นตอนเยอะๆ จะปรับตัวยากและไม่เหมาะกับการทำธุรกิจท่องเที่ยว”

“ถ้าฝ่ายจัดการอยู่บนหอคอยงาช้าง ก็แข็งแรง”

“เส้นแดนในองค์กร ที่หมายถึง การบังคับบัญชา การแบ่งแผนก ที่มีมากเป็นอุปสรรคสำคัญของการทำธุรกิจท่องเที่ยว”

“การเปิดโอกาสให้คนในบริษัทได้ร่วมกันคิด ร่วมกันตัดสินใจ จะทำให้พนักงานมีความสุขและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของบริษัทเรา”

“สมดุลระหว่างความเข้มข้นของการแบ่งงาน การกำหนดอำนาจหน้าที่ กับการเปิดการทำงานให้เป็นอิสระไม่มีขั้นตอนมาก เป็นสิ่งที่แต่ละองค์กรต้องหาให้เจอ”

“วัฒนธรรมแห่งความเป็นชุมชน น่าจะช่วยให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และทำให้เราประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจได้ดีขึ้น”



จากการสัมภาษณ์ในประเด็นนี้สามารถสรุปได้ดังนี้

องค์กรควรทำความเข้าใจถึง “เส้นแดน” ซึ่งมีในองค์กรในรูปแบบต่างๆ และหาวิธีการที่จะลด “เส้นแดน” และปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรที่เป็น “ชุมชน” คือความพยายามในการทำให้พนักงานเข้าใจว่าองค์กรคำนึงถึงประโยชน์และความสามารถของพนักงานมากกว่าตำแหน่งงาน ให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพของการบริการ การควบคุมต้นทุน และความรวดเร็ว มากกว่า การรักษาระบบการทำงานตามสายการบังคับบัญชา เป็นต้น เพื่อก่อให้เกิดความเป็นชุมชนมากกว่า ความเป็นองค์กรเชิงระบบ

รูปแบบ “เส้นแดน” ที่พบในองค์กรและเป็นอุปสรรคต่อการปรับตัวเองเป็นชุมชน ได้แก่ (1) เส้นแบ่งในแนวดิ่ง คือ ลำดับชั้น อำนาจหน้าที่ สายการบังคับบัญชา (2) เส้นแบ่งในแนวระนาบ คือ การแบ่งแผนก แบ่งหน่วยงานความรับผิดชอบ และ (3) เส้นแบ่งภายนอก คือผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า หน่วยงานรัฐบาล สมาคมผู้ประกอบการ

แนวการสร้างความเป็นชุมชนให้เกิดขึ้นในองค์กรที่สำคัญได้แก่ การจัดการเพื่อให้เกิดวัฒนธรรมแห่งความพึงพา การตัดสินใจร่วมกัน การถือว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีส่วนร่วมในวิถีการปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งจะนำมาซึ่งความพึงพอใจในการทำงาน ประสิทธิภาพความสำเร็จ ความสามารถในการลดต้นทุนและช่วยลดความแตกต่างของคนในองค์กรในทุกรูปแบบรวมทั้งนำมาซึ่ง “เอกภาพ” อันจะส่งผลต่อความไว้วางใจในองค์กรได้ในที่สุด

1.3 การสร้างวัฒนธรรมแห่งความเป็นเจ้าของ (Belonging Culture) ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้ที่สำคัญดังนี้

“ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันสิ่งที่ทำให้คนในองค์กรรู้สึกมีส่วนร่วมและมีความไว้วางใจกันและกันมากขึ้น”

“ระบบการบริหารที่โปร่งใสโดยเฉพาะการเงินเป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้คนของเรารู้สึกว่าเป็นเจ้าของกิจการนี้ร่วมกัน”

“เรามีการให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับภาพรวมและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่สำคัญในธุรกิจของเรา ทำให้พนักงานของเราปรับตัวได้ทันการเปลี่ยนแปลงและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจเรา”

“การดูแลพนักงานเสมือนเป็นคนในครอบครัว เป็นสิ่งสำคัญที่เราพยายามทำ เพื่อให้พนักงานรู้สึกว่าการงานนี้เป็นของทุกคน และอยากทำงานอย่างเต็มความสามารถและมีความสุข”

“เมื่อพนักงานรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร เขาก็จะพร้อมที่จะทำงานด้วยความตั้งใจ และกล้าที่จะใช้ความคิดสร้างสรรค์อย่างเต็มที่ในการพัฒนางานและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีอยู่”

จากความเห็นของผู้ให้ข้อมูล สรุปได้ดังนี้

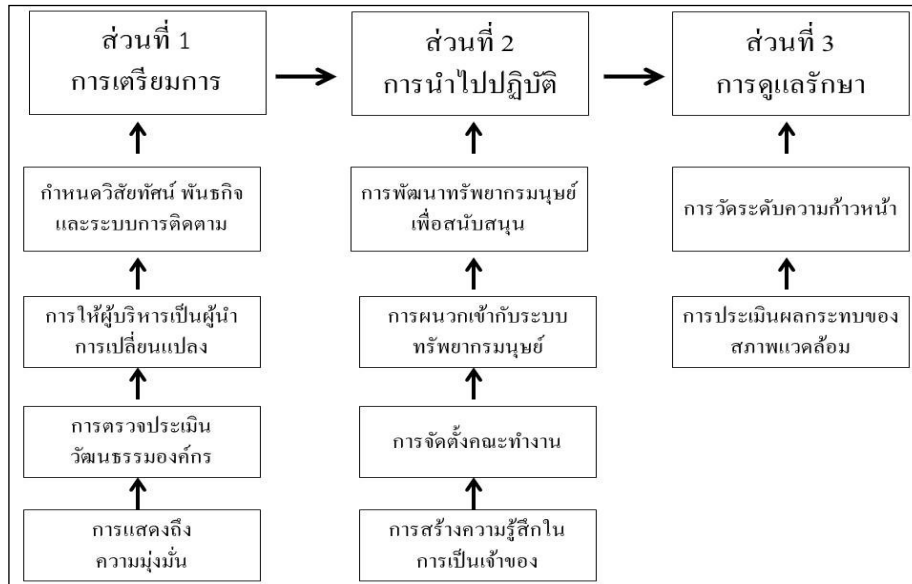
การสร้างวัฒนธรรมให้พนักงานภายในองค์กรมีความรู้สึกเป็นเจ้าขององค์กรรวมกัน เป็นแนวทางหนึ่งในการเสริมสร้างให้เกิดความไว้วางใจในองค์กร ซึ่งความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันควรคำนึงในสองประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ความรู้สึกเป็นเจ้าของในทางจิตวิทยาและการเงิน โดยผ่านกระบวนการที่โปร่งใส ตรวจสอบได้

เมื่อพนักงานในองค์กรเกิดความเข้าใจที่ชัดเจนและตรงกันต่อการสร้างวัฒนธรรมแห่งความเป็นเจ้าของ องค์กรควรมีกระบวนการในการสนับสนุนให้วัฒนธรรมดังกล่าวเกิดขึ้น โดยการสอนให้พนักงานเข้าใจถึงเป้าหมายที่เป็นอยู่อย่างชัดเจน รวมถึงความเข้าใจต่ออุตสาหกรรมบริการ และการท่องเที่ยวในภาพรวม และเชื่อมั่นว่าด้วยความรู้ดังกล่าวจะเป็นพื้นฐานที่ช่วยให้พนักงานจะตัดสินใจทุกอย่างเป็นอย่างดี นอกจากนี้ควรมีการปฏิบัติต่อพนักงานในฐานะ ผู้มีส่วนได้เสียที่มีความรับผิดชอบ และทำให้พนักงานเข้าใจได้ถึงการเป็นส่วนสำคัญในความสำเร็จขององค์กร ผลของการสนับสนุนให้พนักงานเกิดวัฒนธรรมแห่งความเป็นเจ้าของจะนำมาซึ่ง ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ใหม่ๆ ความเอื้อเฟื้อ อันจะนำไปสู่การสร้างความสำเร็จในองค์กรให้เกิดขึ้น

2. ขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการเกี่ยวกับความเห็นและข้อเสนอแนะที่มีต่อขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว สามารถสรุปขั้นตอนได้ดังนี้





ภาพที่ 1 รูปแบบขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์รูปแบบขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว ตามภาพที่ 1 สามารถสรุปได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การเตรียมการ

การเตรียมการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่ความไว้วางใจ ควรมีขั้นตอนดังนี้

1.1 การแสดงถึงความมุ่งมั่นในการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่ความไว้วางใจ ผู้นำองค์กรควรมีการแสดงถึงความมุ่งมั่นในการจัดการวัฒนธรรมองค์กรด้วยการเสนอผ่านการประกาศเจตนารมณ์ร่วมกันกับพนักงานในองค์กร โดยคำนึงถึงสภาพปัจจุบันที่องค์กรเป็นอยู่

ในกรณีที่องค์กรกำลังก้าวหน้าไปได้ด้วยดี ผู้นำองค์กรก็อาจสอดแทรกประเด็นเหล่านี้เข้าไปในการกำหนดวิสัยทัศน์อย่างมีส่วนร่วม สอดคล้อง กลมกลืนกับเจตนารมณ์เดิม

ในกรณีที่องค์กรอยู่ในภาวะของปัญหาการบริหารจัดการ ผู้นำองค์กรอาจต้องนำแนวคิดนี้มาประกาศใช้เพื่อแก้ไขปัญหและฟื้นฟูองค์กรโดยอาจใช้ผสานกับแนวคิดการจัดการที่เหมาะสม เช่นการปรับรื้อระบบองค์กร (Reengineering)



1.2 การตรวจประเมินสภาพวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่ความไว้วางใจที่มีอยู่ในปัจจุบัน การดำเนินการตามกระบวนการนี้จะช่วยให้ผู้นำองค์กรแสดงความเป็นวัฒนธรรมองค์กรให้เห็นออกมาเป็นรูปธรรมและยังช่วยกำหนดจุดเริ่มต้นรวมทั้งเป็นเครื่องมือติดตามการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

การประเมินวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้ทราบถึงสภาพของวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่ความไว้วางใจ ควรมีการทำในทุกมิติที่เกี่ยวข้องทั้งภายในองค์กรเพื่อให้ทราบถึงสภาพปัจจุบันภายในองค์กร และ ผู้มีส่วนได้เสียเพื่อให้ทราบถึงภาพลักษณ์จากภายนอก

การประเมินสภาพปัจจุบันของวัฒนธรรมภายในองค์กรมีหลายลักษณะเช่น การประเมินวัฒนธรรมขององค์กรธุรกิจ การประเมินวัฒนธรรมทีมงาน การประเมินคุณค่าของภาวะผู้นำ เป็นต้น

การประเมินสภาพปัจจุบันของวัฒนธรรมจากผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) เช่น การประเมินภาพลักษณ์ขององค์กรในด้านวัฒนธรรมองค์กรโดย ลูกค้า ผู้ถือหุ้น เป็นต้น

1.3 การสร้างให้ผู้บริหารระดับสูงในองค์กรเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร

ผู้บริหารองค์กรที่มีแนวคิดการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่การจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาให้ทีมผู้บริหารระดับสูงภายในองค์กรของตนเป็น “ต้นแบบ” การเปลี่ยนแปลงและส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กร โดยการทำความเข้าใจร่วมกันถึง เป้าหมาย บทบาท กิจกรรม การจูงใจ การวัดความสำเร็จของกิจกรรมดังกล่าว

การที่ผู้บริหารระดับสูงภายในองค์กรเกิดความเข้าใจ สนับสนุน และพร้อมที่จะมีบทบาทจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้พนักงานในระดับต่อๆ มา พร้อมที่จะปฏิบัติตามอันจะนำไปสู่ความสำเร็จและลดความขัดแย้งในองค์กรระหว่างการเปลี่ยนถ่ายได้

1.4 การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และการกำหนดระบบการติดตาม เพื่อให้เป้าหมายในการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ องค์กรควรมีการกำหนดทิศทางการดำเนินการที่ชัดเจนผ่านการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กร อาจดำเนินการในหลายลักษณะ เช่น การกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ



ประเด็นที่องค์กรจะต้องคำนึงถึงเมื่อมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนแล้วคือทุกคนในองค์กรต้องระบุได้ว่าตนเองมีส่วนให้เป้าหมายขององค์กรสำเร็จได้อย่างไร มีกิจกรรมอะไรที่พนักงานแต่ละคนต้องปฏิบัติและมีระยะเวลาที่กำหนดที่ชัดเจน

ในการกำหนดระบบการติดตามการจัดการองค์กรควรจะมีการดำเนินการโดยการติดตามผลการดำเนินการตามแผนการปฏิบัติที่กำหนดไว้เป็นระยะ รวมทั้งควรมีกระบวนการประเมินการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้บริหารและพนักงานทุกคนเห็นความเปลี่ยนแปลง

ส่วนที่ 2 การนำไปปฏิบัติ

การนำแผนงานต่างๆ ที่ได้เตรียมการไว้ไปสู่การปฏิบัติ ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นดังนี้

2.1 การสร้างความรู้สึกรู้สึกในการเป็นเจ้าของแผนการจัดการวัฒนธรรมองค์กร การสร้างความรู้สึกรู้สึกในการเป็นเจ้าของแผนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่ความไว้วางใจในองค์กรสำหรับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดเชื่อว่าเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญเพราะจะช่วยให้แผนการดังกล่าวประสบความสำเร็จได้ตามที่กำหนดไว้

แนวทางการสร้างความรู้สึกรู้สึกในการเป็นเจ้าของแผนงาน สามารถทำได้ตามขั้นตอนคือ (1) การแจ้งให้พนักงานทราบผลการประเมินโดยรวม (2) การรับฟังความคิดเห็นของพนักงานที่มีต่อเป้าหมาย (วิสัยทัศน์/พันธกิจ) ที่กำหนดขึ้น (3) การเปิดเวทีให้พนักงานให้ได้มีโอกาสคิดและแสดงความคิดเห็นว่า ในตำแหน่งงานที่ตนทำอยู่จะช่วยให้เป้าหมายที่กำหนดไว้สำเร็จได้อย่างไร (4) การเปิดโอกาสให้พนักงานได้ร่วมกันกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จและวิธีการประเมินความสำเร็จต่างๆ ร่วมกัน (5) การชี้ให้พนักงานเห็นประโยชน์ของการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่ความไว้วางใจในองค์กรสำหรับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

2.2 การจัดตั้งคณะทำงานเพื่อติดตามและสนับสนุนการดำเนินงาน

ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่าเพื่อให้แผนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด ควรมีการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อติดตามและสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนงานดังกล่าว โดยคณะทำงานควรประกอบด้วยบุคคลจากทุกแผนก ทุกหน่วยงานในองค์กร เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงของแต่ละกิจกรรม

บทบาทของคณะทำงานที่สำคัญประกอบด้วย (1) การสนับสนุน ดูแล รักษาเพื่อให้แนวทางการจัดการวัฒนธรรมที่กำหนดไว้ยังคงได้รับการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง (2) การค้นหาและพัฒนากิจกรรมใหม่ๆ เพื่อสนับสนุนให้กิจกรรมการจัดการวัฒนธรรมเป็นไปอย่างต่อเนื่องและสร้างสรรค์

2.3 การผนวกกิจกรรมการจัดการวัฒนธรรมเข้ากับระบบทรัพยากรมนุษย์

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ มีข้อเสนอแนะว่า องค์กรควรมีการผนวกกิจกรรมและเป้าหมายต่างๆของการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่การจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าสำหรับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว เข้ากับระบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีอยู่ในองค์กร

องค์กรควรมีการผนวกแนวทางการจัดการวัฒนธรรมเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทรัพยากรมนุษย์นับตั้งแต่การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การประเมินผลการปฏิบัติงาน ระบบสวัสดิการและค่าตอบแทน ตลอดจนระบบการเตรียมการดูแลพนักงานเมื่อเกษียณอายุหรือลาออกจากองค์กร

2.4 การจัดกิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อสนับสนุนการจัดการวัฒนธรรม

กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่จำเป็นอีกหนึ่งกิจกรรม เพราะผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นว่า จะช่วยให้พนักงานเกิดความเข้าใจในบทบาทและเป้าหมายการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

กิจกรรมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ควรคำนึงถึงหัวข้อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น หลักสูตรการถ่ายทอดวัฒนธรรมองค์กรสู่การปฏิบัติ หลักสูตรการพัฒนาภาวะผู้นำ หลักสูตรการวัดและประเมินผลการจัดการวัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น

ส่วนที่ 3 การดูแลรักษา

จากผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ เกี่ยวกับกระบวนการดูแลรักษาเพื่อให้วัฒนธรรมองค์กรที่พัฒนาขึ้นดำรงอยู่ มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่สำคัญดังนี้

3.1 การวัดระดับความก้าวหน้าและการบรรลุวัตถุประสงค์อย่างต่อเนื่อง

องค์กรควรมีการกำหนดแนวทาง และพัฒนาเครื่องมือเพื่อใช้วัดระดับความก้าวหน้าของการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อนำไปสู่องค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า สำหรับอุตสาหกรรม



บริการและการท่องเที่ยว และควรมีการดำเนินการวัดระดับความก้าวหน้าและบรรลุวัตถุประสงค์อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงแผนงานต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ และเป็นการเสริมสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมให้พนักงานมีกำลังใจในการปฏิบัติตามแผนงานเป็นระยะๆ

3.2 การประเมินผลกระทบของสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรอย่างสม่ำเสมอ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวพบว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกจะส่งผลต่อการจัดการวัฒนธรรมองค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นองค์กรจึงควรมีการประเมินผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อแผนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรอย่างต่อเนื่อง และนำผลการประเมินไปใช้ในการปรับแผนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

บทสรุป

การจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่าเพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการเป็นแนวทางหนึ่งที่ดูแลพนักงานในองค์กรในระดับความคิด ความรู้สึก และจิตใจ ซึ่งผลของการดูแลในลักษณะดังกล่าว นอกจากจะนำมาซึ่งความสุขในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กรแล้ว ยังเป็นกลไกที่ส่งเสริมให้พนักงานได้ใช้ศักยภาพในด้านต่างๆ อย่างเต็มความสามารถอันจะส่งผลถึงความสุขของการรับมือผลิตภัณฑ์และบริการของลูกค้าในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว นอกจากนี้ความสอดคล้องที่เกิดขึ้นระหว่างคุณค่าภายในของพนักงานและคุณค่าที่องค์กรยึดถือ ก็จะนำมาซึ่งการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนอีกด้วย การวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการรวบรวมแนวทางการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า และ การเสนอแนะขั้นตอนการจัดการวัฒนธรรมองค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยคุณค่า เพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวของไทยได้ต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2558). รายงานเศรษฐกิจ การเงินและการคลัง. <http://www.fpo.go.th/FPO/index2.phpmod=Category&file=categoryview&categoryID=CAT0001203>
- Barrett, R. (2014). *The values-driven organization : unleashing human potential for performance and profit*: London [u.a.].



- Bell-Laroche, D., MacLean, J., Thibault, L., & Wolfe, R. (2014). **Leader Perceptions of Management by Values Within Canadian National Sport Organizations.** *Journal of Sport Management*, 28(1), 68-80. doi: 10.1123/jsm.2012-0304
- Bode-Greuel, K. M., & Nickisch, K. J. (2008). **Value-driven project and portfolio management in the pharmaceutical industry: Drug discovery versus drug development – Commonalities and differences in portfolio management practice.** *Journal of Commercial Biotechnology*, 14(4), 307-325. doi: 10.1057/jcb.2008.6
- Cha, S. E., & Edmondson, A. C. (2006). **When values backfire: Leadership, attribution, and disenchantment in a values-driven organization.** *Leadership Quarterly*, 17(1), 57-78. doi: 10.1016/j.leaqua.2005.10.006
- Cohen, B., & Warwick, M. (2006). **Values-driven Business : How to Change the World, Make Money, and Have Fun.** San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- Cole, G. A. (2004). **Management theory and practice (6th ed. ed.).** London: Thomson.
- Cole, K. (2013). **Management : theory & practice (5e. ed.).** Frenchs Forest, NSW: Pearson Australia.
- Cushway, B., Lodge, D., & Association for Management Education and Development. (1993). **Organisational behaviour and design.** London: Kogan Page.
- Gibson, J. L. (2006). **Organizations : behavior, structure, processes (12th ed. ed.).** Boston: McGraw-Hill/Irwin.
- Johns, G. (1992). **Organizational behavior : understanding life at work (3rd ed. ed.).** New York, NY: HarperCollins.
- Johns, G. (1996). **Organizational behavior : understanding and managing life at work (4th ed. ed.).** New York, NY: HarperCollins College.
- Kanchana, K. (2013). **Values that Make Employees more Valuable in the Organization – A Conceptual Analysis.** *International Journal of Educational Research & Technology*, 4(4), 41.
- Leadership qualities and roles of sustainable and values-driven leaders. (2013). Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsnbk&AN=146CBB5B82B62EF0&authtype=ip,cookie,uid>
- Litterer, J. A. (1980). **Organizations, structure and behavior (3d ed. ed.).** New York: Wiley.
- Middlemist, R. D., & Hitt, M. A. (1988). **Organizational behavior : managerial strategies for performance.** St. Paul: West Pub. Co.



- Morgan, G. (2006). **Images of organization (Updated ed. ed.)**. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- Pohlman, R., & Gardiner, G. (2000). **Value Driven Management : How to Create and Maximize Value Over Time for Organizational Success**. New York: AMA-COM.
- Pohlman, R. A., Gardiner, G. S., & Heffes, E. M. (2000). **Chapter 6: The Balancing Act: Making Value Driven Management Work in Your Organization**. (pp. 167-202): American Management Association International.
- Rao, P. S. (2010). **Management Theory and Practice Text and Cases**. New DelhiPalo Alto: Global Media Publicationsebrary Incorporated [Distributor].
- Reeves-Ellington, R. H., & Yammarino, F. J. (2010). **What is culture? generating and applying cultural knowledge**. Lewiston: Edwin Mellen Press.
- Sheldrake, J. (2003). **Management theory (2nd ed. ed.)**. London: Thomson.
- Sims, D., Fineman, S., & Gabriel, Y. (1993). **Organizing and organizations : an introduction**. London: Sage Publications.



การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Human Capital Development for Sustainable Tourism of Phangan Island, Surat Thani

วิชชุดา มาชู*

ปติดา โมราศิลป์**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัญหาด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน (2) ศึกษาความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเกาะพะงันและ (3) เสนอแนะแผนพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การศึกษาใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixed-method) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) การสนทนากลุ่มย่อย (Focus group) และการสำรวจ (Survey) กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจากภาคธุรกิจและแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำนวน 316 ตัวอย่าง และกลุ่มตัวอย่างจากภาคท้องถิ่นจำนวน 26 ตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเกาะพะงันทั้งโดยตรงและโดยอ้อมแบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ กลุ่มธุรกิจและแรงงาน กลุ่มคนท้องถิ่น กลุ่มผู้สูงอายุ และกลุ่มเยาวชน ปัญหาที่เกี่ยวข้องจึงแตกต่างกันตามประเภทของกลุ่มทุนมนุษย์ทั้ง 4 กลุ่มนี้ ทั้งนี้ในภาพรวมเป็นปัญหาที่เกี่ยวกับการพัฒนาทักษะในการทำงาน ทักษะภาษาต่างประเทศ การขาดการพัฒนาอาชีพเสริม การขาดแคลนแรงงานคุณภาพ เป็นต้น แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงควรแบ่งแผนพัฒนาเป็น 3 ระยะ ในระยะสั้นควรมุ่งเน้นการฝึกอบรมต่างๆ

* สาขาวิชาการท่องเที่ยวและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

** สาขาวิชาการท่องเที่ยวและนันทนาการ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี



ระยะกลางควรพัฒนาเครือข่ายองค์กรเพื่อการพัฒนาทุนมนุษย์ และระยะยาวควรสร้างศูนย์ฝึกอบรมและที่สำคัญที่สุดคือการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อพัฒนาทุนมนุษย์ให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ทุนมนุษย์ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกาะพะงัน

Abstract

This research aims to (1) investigate issues regarding human capital development (2) explore the needs for human capital development and (3) propose a framework of human capital growth for Phangan Island sustainable tourism development. A mixed method of in-depth interviews, focus groups, and surveys was employed. The data collection was based on two sample groups (1) 316 members from a tourism business sector and its labor business (2) 26 members from a local sector.

The findings reveal that there are four groups of human capital having both direct and indirect relations with Phangan Island tourism business (a) business owners and labors (b) the locals (c) the seniors (d) the youths. Although the problems involved are varied based on their classifications, the overall issues are (1) work skills (2) foreign languages skills (3) insufficient supplement career development (4) insufficient quality labor force. A framework for the human capital development is subsequently set in three key phases. Phase one, in a short term, is to focus on various training courses; phase two, an intermediate one, is to organize a network of public and private sectors; phase three, a long term, is to establish a training center emphasizing on the heightening of a local curriculum for human capital advancement that leads to the island's sustainable tourism development.

Keywords: human capital; sustainable tourism; Phangan Island



บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก (Labor Intensive) ทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวและบริการในทุกรูปแบบ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557) ความต้องการในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพจึงมีสูงตามอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยว โดยที่อัตราการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2558 - พ.ศ. 2560 จะมีความต้องการกำลังคนในสาขาที่พักแรมเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 จำนวน 108,000 คน เป็นจำนวน 130,000 คน ในปี พ.ศ. 2560 โดยเน้นที่ 4 แผนหลักคือ ดอนริบ แม่บ้านครัว และบริการอาหารและเครื่องดื่ม (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวจึงได้รับความสนใจ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายด้าน รวมทั้งด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว (ยุทธศาสตร์ที่ 3) สาระสำคัญของยุทธศาสตร์นี้คือ (1) พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด และ (2) ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงไม่ควรจำกัดอยู่แต่เพียงภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยวแต่ควรมุ่งให้เกิดการพัฒนาคนท้องถิ่นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนคือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมมิติทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม (WTO, 1998; Swarbrooke, 1999) ภายใต้มิติด้านสังคม การท่องเที่ยวต้องสามารถสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี สร้างสังคมความเป็นอยู่ที่ดีให้กับท้องถิ่นซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ทั้งนี้ดัชนีชี้วัดคุณภาพของสังคมประการหนึ่งคือการมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพทั้งในภาคธุรกิจท่องเที่ยวและภาคประชาชนท้องถิ่น

เกาะพะงัน เป็นเกาะที่ค่อนข้างสงบ มีความร่มรื่นของทิวไม้ริมชายหาด มีหาดทรายขาวและน้ำทะเลที่ใสจึงของเป็นเสน่ห์ของเกาะพะงัน โดยบนเกาะพะงันมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น น้ำตกธารเสด็จ เป็นน้ำตกที่รัชกาลที่ 5 ได้พระราชทานนามไว้ และเสด็จประพาสถึง 14 ครั้ง น้ำตกแพง เป็นน้ำตกที่สวยงามมีหลายชั้น เช่น แพงน้อย ธารกล้วยไม้มีน้ำตลอดทั้งปีแสดงถึง



ความสมบูรณ์ของผืนป่า มีทางเดินป่าไปยังโคมศิลาซึ่งเป็นจุดชมวิวและชมพระอาทิตย์ตกที่สวยงาม ด้วยเหตุนี้เกาะพะงันจึงเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนมากเป็นอันดับที่ 3 ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี (619,609 คน) และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย (สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2557)

การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังเกาะพะงัน ส่งผลกระทบในหลายๆ ด้าน การศึกษาผลกระทบจากการท่องเที่ยวของเกาะพะงันที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวส่งผลทั้งด้านบวกและด้านลบต่อสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมของเกาะพะงัน กล่าวคือในขณะที่เศรษฐกิจของเกาะพะงันดีขึ้นอันเนื่องมาจากการรายได้จากการท่องเที่ยว แต่สังคมความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นของเกาะพะงันเริ่มเลือนหายไป เป็นต้น (ปานจิตร จินทิธรู และพิรสิทธิ์ คำนวนศิลป์, 2556) ในขณะเดียวกันปัญหาสำคัญของจังหวัดสุราษฎร์ธานีคือการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีและแรงงานฝีมือจำนวนมากยังขาดความพร้อมด้านภาษาต่างประเทศ (สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2557) ขณะที่ข้อมูลรายงานจากกระทรวงแรงงาน (2559) แสดงให้เห็นข้อมูลทางเศรษฐกิจของประเทศอาเซียนและต่างประเทศที่สำคัญในปี พ.ศ. 2558 พบว่าอัตราการเติบโตของ GDP ของประเทศพม่าและลาว (7.0) และประเทศฟิลิปปินส์ (5.8) สูงกว่าประเทศไทย (2.8) หากอัตราการเติบโตของ GDP ประเทศเหล่านี้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง การเคลื่อนย้ายแรงงานทั้ง 3 สัญชาติมาทำงานในประเทศไทยอาจจะลดน้อยลงและอาจส่งผลกระทบต่อตลาดแรงงานในหลายๆ ภาคธุรกิจรวมทั้งการท่องเที่ยวและบริการ

งานวิจัยนี้จึงศึกษาปัญหาและความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพแรงงานและการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะยาวเพื่อเป็นส่วนส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเกาะพะงัน
3. เพื่อเสนอแนะแผนพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ เกาะพะงัน

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนพัฒนามาจากแนวคิดความยั่งยืน (Sustainability) (Butler, 1999: Liu, 2003) The World Tourism Organization (WTO, 1995: 30) ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องให้ความสำคัญความต้องการของนักท่องเที่ยวและความต้องการเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวหรือในที่นี้คือชุมชนท้องถิ่น ในขณะเดียวกันนั้น ต้องช่วยปกป้องและเพิ่มโอกาสในอนาคต จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งหมดในทางที่ความต้องการในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและความสุขของนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวได้รับการเติมเต็มโดยยังคงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรม ความหลากหลายทางชีวภาพและธรรมชาติ” ความหมายดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นผลิตผลขององค์ประกอบและหลักการที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ความต้องการและความพึงพอใจให้แก่หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ความต้องการและความพึงพอใจของคนท้องถิ่น และการปกป้องทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม องค์ประกอบทั้งหมดนี้ต้องทำงานอย่างสอดคล้องกัน โดยสรุป การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบสำคัญทางการท่องเที่ยวใน 3 มิติ คือมิติทางด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และด้านสังคม ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ที่มา: สรุปจากความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดย WTO (1995)



แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Management)

ทุนมนุษย์ หรือ Human Capital มีความหมายในเชิงเศรษฐศาสตร์ว่า ทักษะและความรู้ที่บุคคลมีเพื่อก่อให้เกิดศักยภาพในเชิงการผลิต (Becker, 1962) โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาที่ส่งผลต่อการเพิ่มผลิตภาพและประสิทธิภาพของแรงงาน โดยการพัฒนาความสามารถภายในตัวบุคคลและการลงทุนในการพัฒนาความเป็นมนุษย์ของบุคคล (Olaniyan & Oke-makinde, 2008) อย่างไรก็ตามในโลกศตวรรษที่ 21 นิยามของทุนมนุษย์ไม่ควรถูกจำกัดอยู่เพียงแค่นี้บริบทของเศรษฐศาสตร์หรือการพัฒนาเศรษฐกิจ Kusluvan, Ilhan, & Buyruk (2010) กล่าวว่า ทุนมนุษย์เกี่ยวข้องกับความรู้ ทักษะ ความสามารถ บุคลิกภาพ อารมณ์และวุฒิภาวะ ประสบการณ์ ความสัมพันธ์และการศึกษา ทั้งนี้ Singh (1997) กล่าวว่า การฝึกอบรมและการให้การศึกษา เป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาทุนมนุษย์

แนวคิดการพัฒนาทุนมนุษย์เปลี่ยนแปลงต่อยอดมาจากการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จีระ หงส์ลดารมภ์ และคณะ (2557) กล่าวถึงแนวคิดทฤษฎีทุนใหม่ 5 ประการ (5K's) เพื่อการพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ในยุคโลกาภิวัตน์ คือ ทุนทางความรู้ (Knowledge capital) ทุนทางความคิดสร้างสรรค์ (Creativity capital) ทุนทางนวัตกรรม (Innovation capital) ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital) และ ทุนทางอารมณ์ (Emotional capital) ซึ่งต้องเป็นการพัฒนาตั้งแต่ระดับมหภาคคือประเทศ สังคม ชุมชน ไปจนถึงระดับจุลภาคคือองค์กรและบุคคล ทั้งนี้การพัฒนาทุนมนุษย์ต้องมุ่งไปสู่การเป็นทุนแห่งความยั่งยืน (Sustainable Capital) ซึ่งมีปัจจัยชีวิต 6 ประการคือ (1) เป็นการพัฒนาทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (2) การพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องสอดคล้องกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ (3) ต้องมีศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม (4) เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ การคิดแบบวิทยาศาสตร์ (5) ต้องมีการกระจายรายได้สู่ประชาชนส่วนใหญ่ และ (6) ต้องเป็นการพัฒนาที่พึ่งตนเอง

งานวิจัยด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

งานวิจัยด้านการพัฒนาทุนมนุษย์/ทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมามีการดำเนินงานในหลายพื้นที่ของประเทศไทย ตัวอย่างเช่น การศึกษาการสร้างการแข่งขันของทุนมนุษย์ในการจัดการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดย ชัชจรียา ไบลี และคณะ (2558) ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (สัมภาษณ์เชิงลึก และสนทนากลุ่ม) และเชิงปริมาณ (การสำรวจ) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง



ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่ ภัตตาคารร้านอาหาร ที่พัก ร้านขายของที่ระลึก และบริษัทนำเที่ยวจำนวน 136 คน พบว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวพัฒนาทุนมนุษย์โดยการทัศนศึกษาดูงาน และการฝึกอบรมภายใน การถ่ายทอดประสบการณ์ และต้องการให้ภาครัฐช่วยแก้ไขปัญหาด้านภาพลักษณ์ ต้องการการสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์มากที่สุด

การศึกษาการพัฒนาสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจบริการเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับประชาคมอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง) โดย เอกพล วงศ์เสรี และคณะ (2556) เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานธุรกิจโรงแรมและธุรกิจการบิน จำนวน 1,100 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อย พบว่า สมรรถนะที่พึงประสงค์ในการรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนประกอบด้วย 3 ด้านคือ ด้านความรู้ (เช่น การท่องเที่ยว การบริการและต้อนรับ ห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัยและสุขภาพ มาตรฐานความปลอดภัย ผลิตภัณฑ์และบริการ) ด้านทักษะ (ภาษาอังกฤษ การจัดห้องพัก การประกอบอาหาร การบริการลูกค้า) และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (เช่น การยิ้มแย้มแจ่มใส การมีจิตบริการ ความตรงต่อเวลา) รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในธุรกิจบริการที่บุคลากรต้องการได้แก่ การศึกษาต่อและการพัฒนาตนเอง เช่น ศึกษาจากคอมพิวเตอร์ช่วยสอน การสอนงาน การให้คำปรึกษา ในขณะเดียวกัน ผู้วิจัยนำเสนอแนวทางการพัฒนาสมรรถนะโดยให้ภาครัฐมีส่วนร่วมในการออกแบบระบบการเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น คอมพิวเตอร์ช่วยสอน การพัฒนาฝีมือแรงงาน การร่วมกับเอกชนในการพัฒนาและฝึกอบรม การกำหนดอัตราค่าตอบแทนที่เป็นธรรม

สุริย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์ (2557) ศึกษายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง (ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด) สู่การเป็นศูนย์กลางของอนุภาคลุ่มน้ำโขง ใช้วิธีวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) ภัตตาคาร/ร้านอาหาร (2) ที่พักแรม (3) ร้านขายของที่ระลึก (4) บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ผลการศึกษาพบว่า การสร้างความเข้มแข็งของทุนมนุษย์ในการจัดการท่องเที่ยวมุ่งเน้นไปยังมาตรฐาน MRA (ASEAN Mutual Recognition Agreement) ในส่วนของงานต้อนรับส่วนหน้า

ศิริรัตน์ มีเดช (2549) ศึกษาความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยวิธีเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริหารและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวพบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ที่



เป็นผลจากการสำรวจคือ รีสอร์ทและโรงแรม ผู้บริหารองค์กรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการฝึกอบรม (Training) เป็นรูปแบบกิจกรรมที่สถานประกอบการใช้มากที่สุดเพื่อพัฒนาพนักงาน โดยมีวิธีการเช่น การสอนงาน การปฐมนิเทศ ฝึกอบรมเฉพาะด้าน ศึกษาดูงาน และให้ความเห็นว่าหน่วยงานภาคเอกชนได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หน่วยงานเทศบาล สถาบันการศึกษามีหน้าที่ร่วมกันในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของพนักงานชี้ให้เห็นว่า ในปัจจุบันการสนับสนุนจากสถานประกอบการให้ได้รับการฝึกอบรมยังอยู่ในระดับต่ำและเป็นการอบรมเฉพาะงาน พนักงานส่วนใหญ่รายงานว่าได้รับการอบรมทักษะพื้นฐาน ในการปฏิบัติงาน การปฐมนิเทศ และพนักงานระดับปฏิบัติการต้องการพัฒนาด้านภาษาต่างประเทศมากที่สุด ผลการวิจัยนี้ยังแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและพนักงานมีผลต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และผู้วิจัยเสนอแนะงานวิจัยในอนาคตว่า ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของอาชีพและท้องถิ่น และควรมีการวิจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมและแนวทางการพัฒนา ที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมต่อไป

ในบริบทระดับชุมชนท้องถิ่น การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ขวัญกมล ดอนขวา (2555) พบว่าปัจจัยที่ผลักดันเศรษฐกิจชุมชนมีหลายปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการพัฒนาพื้นฐานทางกายภาพ ปัจจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และปัจจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีผลกระทบทางตรงต่อกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนที่เกี่ยวกับการค้าขายมากที่สุด และมีผลกระทบทางอ้อมต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินของชุมชนในด้านการให้การศึกษามากที่สุด ดังนั้นการพัฒนาผู้นำเศรษฐกิจชุมชน การพัฒนาสมาชิกกลุ่ม การพัฒนาเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนมีผลต่อการเพิ่มยอดขายสินค้าในชุมชน และรายได้ดังกล่าวจะมีผลต่อการจัดสรรกำไรไปเพื่อการช่วยเหลือกิจกรรมของชุมชนในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมด้านการศึกษา ถึงแม้ว่างานวิจัยนี้ไม่ใช่งานวิจัยในบริบทด้านการท่องเที่ยว แต่ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาทุนมนุษย์ช่วยส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในเชิงความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชน การเสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่น การพัฒนาทักษะความรู้ของบุคลากร รวมทั้งเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการ นับเป็นตัวชี้วัดสำคัญประการหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



โดยสรุป งานวิจัยที่ผ่านมาศึกษาการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีกลุ่มตัวอย่างเป็นทุนมนุษย์ในภาคธุรกิจ และส่วนใหญ่พบว่าความต้องการในการพัฒนาเกี่ยวข้องกับความรู้และทักษะในการทำงาน ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ โดยใช้รูปแบบการฝึกอบรมเป็นสำคัญ สำหรับการศึกษาแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงันนี้ วางกรอบแนวคิดในการศึกษาโดยใช้แนวคิดทุนมนุษย์ 5K's และแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวคือ การจะพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม-วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมได้นั้น ต้องมีพื้นฐานจากการพัฒนา “คน” ซึ่งนับเป็นต้นทุนในการพัฒนาด้านอื่นๆ และสิ่งที่ต้องพัฒนาในทุนมนุษย์คือ ทุนทางโครงสร้าง ทุนทางความรู้ ทุนทางนวัตกรรม ทุนทางอารมณ์ และทุนทางวัฒนธรรม (5K's) และกลุ่มทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะพะงันไม่ควรจำกัดแค่เพียงกลุ่มภาคธุรกิจ แต่ต้องรวมไปถึงคนในชุมชนท้องถิ่นด้วยเช่นกัน

วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงัน ใช้วิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวอย่างจากภาคชุมชน และกลุ่มตัวอย่างจากภาคธุรกิจหลักที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดวิธีการวิจัย

ตารางที่ 1 รายละเอียดวิธีการวิจัย

วิธีวิจัย	เครื่องมือวิจัย	การเก็บข้อมูล	กลุ่มตัวอย่าง	การวิเคราะห์ข้อมูล
เชิงคุณภาพ	แบบสัมภาษณ์	In-depth	ผู้นำท้องถิ่นและชุมชน จำนวน	Content Analysis
	กึ่งโครงสร้าง	Interview	19 คน	
	ชุดคำถามกึ่งโครงสร้าง	Focus Group	บ. จัดนำเที่ยวสมาชิกชมรม ผู้ประกอบการจัดนำเที่ยว จำนวน 6 คน และอาสาสมัครไกด์ท้องถิ่น จำนวน 20 คน	Content Analysis
	แบบสัมภาษณ์	In-depth	ผู้บริหารโรงเรียนบนเกาะพะงัน	Content Analysis
	กึ่งโครงสร้าง	Interview	จำนวน 7 แห่ง	



ตารางที่ 1 รายละเอียดวิธีวิจัย (ต่อ)

วิธีวิจัย	เครื่องมือวิจัย	การเก็บข้อมูล	กลุ่มตัวอย่าง	การวิเคราะห์ข้อมูล
เชิงปริมาณ	แบบสอบถาม	สุ่มตัวอย่างแบบ	- ผู้บริหารที่พักแรม จำนวน 119 แห่ง	Descriptive Statistics
	แบบประเมินตนเอง	สะดวก (Convenience Sampling)	- พนักงานขับรถขนส่งผู้โดยสาร จำนวน 111 คน - เจ้าของร้านอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 60 แห่ง	

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ จากข้อมูลในตารางที่ 1 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพใช้เครื่องมือที่ต่างกัน 2 แบบเพื่อให้สอดคล้องกับวิธีการเก็บข้อมูลกล่าวคือ ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และชุดคำถามกึ่งโครงสร้างสำหรับการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group)

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม จำนวน 3 ชุดที่แตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจสำหรับกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ อย่างไรก็ตามองค์ประกอบของแบบสอบถามและลักษณะคำถามมีความคล้ายคลึงกัน โดยมีลักษณะในภาพรวมดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 สํารวจข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล เป็นคำถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 สํารวจข้อมูลเบื้องต้นของสถานประกอบการ เป็นคำถามแบบเลือกตอบ และแบบให้กรอกข้อมูล ส่วนที่ 3 สํารวจความต้องการการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของสถานประกอบการ เป็นคำถามแบบเลือกตอบและคำถามปลายเปิด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์คือ (1) ปัญหาและอุปสรรคด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน (2) ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเกาะพะงัน และ (3) แผนพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงัน

ปัญหาและอุปสรรคด้านทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน

1. ปัญหาและอุปสรรคในภาคธุรกิจด้านการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าในส่วนของภาคธุรกิจ เกาะพะงันมีความขาดแคลนแรงงานคนไทยและเข้าไม่ถึงแรงงานคุณภาพ แรงงานจำนวนมากเป็นแรงงานชาวต่างชาติโดยเฉพาะแรงงานพม่า ซึ่งยังขาดความรู้และทักษะในการให้บริการในระดับมาตรฐานสากล ข้อมูลจากสถานประกอบการที่พัก พบว่า สถานประกอบการประสบปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพแรงงาน ทั้งเรื่องความรู้ของพนักงานและทักษะในการให้บริการและการสื่อสาร ทั้งนี้ข้อมูลจากนายกสมาคมทั้ง 2 สมาคมให้ข้อมูลว่า สถานประกอบการที่พักแรมบนเกาะพะงันมีความต้องการแรงงานชาวไทยมากกว่าแรงงานต่างชาติเนื่องจากมีความเชื่อมั่นในการให้บริการที่มีความเป็นไทย (Thai Hospitality) ที่จะส่งผลต่อคุณภาพการบริการและการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

การสนทนากลุ่มย่อยผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวจาก 6 บริษัท พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวขาดแคลนพนักงานที่มีคุณภาพ ขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ทักษะการให้บริการ โดยเฉพาะมัคคุเทศก์ ซึ่งส่วนใหญ่ทำงานแต่ไม่มีบัตรอนุญาตมัคคุเทศก์ นอกจากนั้นผลจากการสนทนากลุ่มย่อยของมัคคุเทศก์และอาสาสมัครนำเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มคนที่ทำงานในบริษัทนำเที่ยวในลักษณะงานมัคคุเทศก์ จำนวน 20 คน สะท้อนสภาพปัญหาในด้านต่างๆต่อไปนี้ (1) ขาดทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ (2) จำนวนมัคคุเทศก์ที่มีบัตรอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายมีจำนวนไม่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น (3) การขาดทัศนคติที่ดีต่ออาชีพมัคคุเทศก์ (4) ชาวต่างชาติเข้ามาประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ซึ่งเป็นอาชีพสงวนของคนไทย (5) ค่าตอบแทนยังไม่สามารถจูงใจให้มัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตถูกต้องมาทำงานบนเกาะพะงัน

ผลการศึกษาจากพนักงานขับรถให้บริการขนส่งผู้โดยสารบนเกาะพะงัน จำนวน 111 คน ชี้ให้เห็นว่า ปัญหาที่สำคัญของการให้บริการขนส่งผู้โดยสาร คือ (1) การให้บริการที่ผิดกฎหมายส่งผลต่อความปลอดภัยและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และ (2) ทักษะในการให้บริการของพนักงานขับรถ เช่นการสื่อสารภาษาอังกฤษและบุคลิกภาพ มารยาทในการขับขี่ และการสื่อสาร สำหรับผู้ให้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มบนเกาะพะงันให้ข้อมูลคือปัญหาที่สำคัญของการให้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม คือ การจัดการขยะ การควบคุมการเปิดบริการที่ถูกต้องตามกฎหมาย และการพัฒนาคุณภาพพนักงานให้บริการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ



2. ปัญหาและอุปสรรคในภาคท้องถิ่น

ผลการสัมภาษณ์ผู้นำท้องถิ่นและชุมชนได้แก่ นายกเทศบาล ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำหมู่บ้าน/ชุมชน จำนวน 19 คน พบว่า ปัญหาด้านทุนมนุษย์ในภาคชุมชนท้องถิ่นขึ้นอยู่กับลักษณะพื้นที่และอาชีพของคนในชุมชน โดยที่ชุมชนที่มีพื้นที่ตั้งไม่ติดกับทะเลมีอาชีพทำการเกษตร โดยเฉพาะการทำสวนมะพร้าวซึ่งเป็นอาชีพดั้งเดิมของชาวเกาะพะงัน นอกจากนั้นมีการทำสวนผลไม้ การปลูกผัก ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ คือ (1) ไม่มีการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้แก่คนในท้องถิ่น เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น (2) คนท้องถิ่นขาดความรู้ด้านภาษาอังกฤษโดยเฉพาะสำหรับการสื่อสารอย่างง่ายในชีวิตประจำวัน (3) ประชากรในชุมชนเป็นผู้สูงอายุมากกว่าคนวัยทำงาน จึงเกิดการขาดแคลนแรงงาน (4) ทักษะเดิมของชาวเกาะพะงันดั้งเดิมที่มองว่าอาชีพทำสวนมะพร้าวดั้งเดิมสามารถสร้างรายได้เพียงพอต่อการยังชีพ จึงไม่มีความจำเป็นต้องพัฒนาตนเองในการสร้างอาชีพเสริม (5) ปัญหาการว่างงานของกลุ่มสตรีแม่บ้านในหลายชุมชน (6) การขาดองค์ความรู้ที่จะสามารถนำมาพัฒนาอาชีพ เช่น ความรู้ในการบริหารจัดการ ความรู้ด้านการบัญชี ด้านการตลาด ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบสินค้าที่ระลึกที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนชุมชนที่มีที่ตั้งติดกับทะเล คนในชุมชนนอกจากจะทำสวนมะพร้าว ยังมีอาชีพประมงชายฝั่ง ทั้งนี้กลุ่มประมงชายฝั่งบางส่วนนำเรือประมงมาให้บริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยว เป็นการหารายได้เสริมในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และทำธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่คือการทำบังกะโล บ้านเช่า ปัญหาที่พบได้แก่ (1) กลุ่มชาวประมงที่นำเรือมาให้บริการนักท่องเที่ยวขาดความรู้ ขาดทักษะทั้งในด้านการให้บริการ การดูแลนักท่องเที่ยว และทักษะภาษาอังกฤษ (2) ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว (3) ปัญหาการขาดแคลนแรงงานคุณภาพ

การสัมภาษณ์ผู้บริหารโรงเรียนบนเกาะพะงัน จำนวน 7 แห่ง ในบทบาทของการให้การศึกษาแก่กลุ่มเยาวชนโดยตรง พบว่าโรงเรียนส่วนใหญ่ยังไม่มีการสอนหรือจัดกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นท้องถิ่นเกาะพะงัน หลักสูตรที่ใช้ในปัจจุบันเป็นหลักสูตรของกระทรวงศึกษาธิการที่ใช้เหมือนโรงเรียนอื่นๆทั่วประเทศ แต่มีการสอดแทรกสาระความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นไปในเนื้อหาของกลุ่มสาระต่างๆ ตามหลักสูตรบังคับ อย่างไรก็ตาม พบว่าโรงเรียนส่วนใหญ่ดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมทักษะโดยเฉพาะทักษะทางวิชาชีพให้นักเรียน โดยจัดเป็นกิจกรรมนอกเวลาเรียน (แต่ไม่ได้อยู่ในโครงการลดเวลาเรียนเพิ่มเวลารู้) ตามความสนใจของนักเรียน ตัวอย่างเช่น โรงเรียนชุมชนบ้านใต้ส่งเสริมอาชีพการทำผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว ซึ่ง



เป็นพืชเศรษฐกิจของเกาะพะงัน ในขณะเดียวกันพบว่าบางโรงเรียนเคยมีการเรียนการสอนและ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น โรงเรียนบ้านหาดริน มีการสอนเกี่ยวกับ ประวัติศาสตร์ทหารสมเด็จพระนเรศวรมหาราช โรงเรียนบ้านมะเดื่อหวานเคยมีการสอนเพลงพื้นเมือง เพลงชักพระซึ่ง ใช้ในงานชักพระทางทะเลอันเป็นกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่มีเฉพาะที่เกาะพะงัน โดยการให้ผู้รู้หรือ ประชาชนท้องถิ่นมาเป็นผู้ถ่ายทอด จากการศึกษาพบว่าในการทำกิจกรรมเหล่านี้ยังไม่มีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดจากปัจจัยสำคัญได้แก่ การขาดความต่อเนื่องของการทำงานของผู้บริหารโรงเรียนเพราะมีการย้ายโรงเรียนเมื่อครบวาระ และการขาดแคลนครูประจำซึ่งจะดำเนินกิจกรรมเหล่านี้

ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน

1. ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในภาคธุรกิจท่องเที่ยว

ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้คือ ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจรถโดยสารท้องถิ่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจจันทนาการและมัคคุเทศก์ ผลการศึกษาแบ่ง ตามกลุ่มธุรกิจมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สำหรับภาคธุรกิจที่พักแรม ผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 119 ราย พบว่า ประเภทของห้องพักที่มีมากที่สุดคือรีสอร์ท (ร้อยละ 54) รองลงมาคือบังกะโล (ร้อยละ 32) และ โรงแรม (ร้อยละ 10) ตามลำดับ ราคาที่พักต่อคืนส่วนใหญ่อยู่ในอัตราระหว่าง 1,001-3,000 บาท (ร้อยละ 87) ที่พักส่วนใหญ่เปิดดำเนินงานมาแล้วมากกว่า 6 ปี (ร้อยละ 85) จำนวนห้องพักมากที่สุด คือ 3 ห้อง และ สูงสุดคือ 149 ห้อง จำนวนห้องพักรวมจากทุกประเภทที่พักคือ 3,796 ห้อง จำนวนพนักงานระดับปฏิบัติการรวม 1,161 คน ระดับบริหารขั้นต้น/กลาง รวม 212 คน และ ระดับบริหารระดับสูงรวม 148 คน

ผลการสำรวจจำนวนพนักงานชาวไทยที่ปฏิบัติงานในแผนกต่างๆ พบว่า แผนกอาหาร และเครื่องดื่มมีพนักงานชาวไทยทำงานมากที่สุด (349 คน) รองลงมาคือแผนกแม่บ้าน (290 คน) และแผนกบริการส่วนหน้า (242 คน) ผลการสำรวจจำนวนพนักงานชาวต่างชาติพบว่า แรงงานที่ ทำงานในภาคธุรกิจที่พักบนเกาะพะงันส่วนใหญ่เป็นมาจากประเทศกลุ่มอาเซียน โดยมาจาก ประเทศพม่าจำนวนมากที่สุด (712 คน) ในขณะที่แรงงานจากภูมิภาคอื่นมีจำนวนน้อยมาก ทั้งนี้ โดยเฉลี่ยพนักงานชาวต่างชาติส่วนใหญ่ ทำงานในแผนกแม่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือแผนก อาหารและเครื่องดื่มและบริการส่วนหน้าตามลำดับ



ผลการสำรวจความต้องการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจที่พักของเกาะพะงัน พบว่า ทักษะภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ ภาษาจีนและภาษาอาเซียน) เป็นประเด็นความต้องการที่ธุรกิจที่พักบนเกาะพะงันให้ความสำคัญมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยความสำคัญที่ 4.2 ในขณะที่ทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานบริการแม่บ้านและอาหารและเครื่องดื่มเป็นทักษะเฉพาะที่ต้องการพัฒนามากที่สุด มีค่าเฉลี่ยความสำคัญที่ 3.7 และ 3.6 ตามลำดับ และสุดท้ายผลการสำรวจรูปแบบการพัฒนาที่ธุรกิจที่พักเห็นว่าเหมาะสมและต้องการมากที่สุดคือการจัดอบรมภายในองค์กร (In-house training) มีค่าเฉลี่ยความสำคัญที่ 3.9

สำหรับธุรกิจรถโดยสารท้องถิ่น ผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 111 ราย พบว่า ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 74) ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุระหว่าง 38-47 ปี (ร้อยละ 44) มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 91) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้เป็นชาวเกาะพะงันโดยกำเนิด (ร้อยละ 60) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ย้ายมาประกอบอาชีพขับรถแท็กซี่ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ (ร้อยละ 75) กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้จากการให้บริการรถแท็กซี่ร้อยละ 47 มีรายได้ระหว่าง 15,001-25,000 บาท โดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 91) ขับรถแท็กซี่เป็นอาชีพหลัก ผู้ให้บริการที่ใช้รถของตนเองและรถของสหกรณ์มีสัดส่วนที่เท่ากันคือ ร้อยละ 39 โดยส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสหกรณ์ให้บริการรถเกาะพะงัน (ร้อยละ 63) รถที่นำมาให้บริการส่วนใหญ่เป็นรถสองแถว (ร้อยละ 99) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รายงานว่าขับรถให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยวมานานกว่า 6 ปี (ร้อยละ 59.5) โดยช่วงที่มีนักท่องเที่ยวใช้บริการมากที่สุด คือช่วง Full moon party ผลการสำรวจ (ร้อยละ 93) ความต้องการการพัฒนาทุนมนุษย์ในภาคการบริการขนส่งนักท่องเที่ยว (รถสองแถว) พบว่า ทักษะภาษาต่างประเทศได้รับความสำคัญสูงสุด โดยที่ทักษะภาษาอังกฤษมีความต้องการพัฒนามากที่สุด ตามมาด้วยภาษาจีนและรัสเซีย

สำหรับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ผลการสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 ราย พบว่า ร้านส่วนใหญ่จำหน่ายอาหารไทย (ร้อยละ 43) รองลงมาคืออาหารไทย/อาหารต่างชาติ และเครื่องดื่ม (ร้อยละ 32) รูปแบบการให้บริการส่วนใหญ่เป็นแบบอาหารตามสั่งที่ให้บริการทั้งที่ร้านและการส่งกลับบ้าน (ร้อยละ 99) ขนาดของร้านส่วนใหญ่คือระหว่าง 21-50 ที่นั่ง และจำนวนร้านที่เปิดบริการมาแล้ว 1-3 ปี (ร้อยละ 34) มีสัดส่วนใกล้เคียงกับจำนวนร้านที่เปิดมาแล้วมากกว่า 6 ปี (ร้อยละ 38)



ผลการสำรวจความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ภาคธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของ เกาะพะงัน พบว่า การพัฒนาภาษาต่างประเทศของพนักงานถูกเลือกให้เป็นความสำคัญมากที่สุด โดยที่ ภาษาต่างประเทศที่มีความต้องการพัฒนามากที่สุดคือภาษาอังกฤษ (ร้อยละ 87) และอีก ร้อยละ 13 ได้แก่ภาษาจีน ภาษาพม่า และภาษารัสเซีย เป็นต้น เมื่อสอบถามความต้องการพัฒนา ทักษะเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับงานพบว่า สถานประกอบการต้องการให้พัฒนาทักษะการพูดแนะนำ อาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาคือทักษะการผลิตอาหารและทักษะการให้บริการ และ สถานประกอบการมีความต้องการให้มีรูปแบบการพัฒนาแบบอบรมภายในมากที่สุด

กลุ่มบริษัทชั้นนำเที่ยว ผลการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มย่อย พบว่า ความต้องการ เร่งด่วนในการพัฒนาทุนมนุษย์ในธุรกิจนำเที่ยวคือ (1) การยกระดับบุคลากรด้านการนำเที่ยวจาก อาสาสมัครเป็นมัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมายเพื่อให้มีจำนวนมัคคุเทศก์ที่เพียงพอ (2) การพัฒนาทักษะภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน) ให้แก่พนักงาน (3) การ พัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการนำเที่ยว (4) การพัฒนาบุคลิกภาพ โดยที่รูปแบบ การพัฒนาที่เห็นมาเหมาะสมกับลักษณะและขนาดของธุรกิจนำเที่ยวคือ (1) การจัดฝึกอบรมทั้ง ภายในและนอกสถานที่ (2) ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการใช้สถานประกอบการเป็น สถานที่เรียนรู้ (3) การร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการจัดโครงการฝึกปฏิบัติให้นักศึกษา ด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นหลักประกันของการบรรจุทุนมนุษย์ที่มีคุณภาพและตรงกับ ความต้องการของสถานประกอบการ (Management Trainee)

2. ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในภาคท้องถิ่น

สำหรับภาคชุมชน ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าชุมชนท้องถิ่นต้องการการพัฒนาทุน มนุษย์ในเรื่องต่อไปนี้ (1) การฝึกอบรมด้านทักษะภาษาอังกฤษระดับพื้นฐานให้กลุ่มชาวบ้านที่มี ความจำเป็นต้องใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการประกอบอาชีพ (2) การให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการให้บริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดี (3) การพัฒนาอาชีพต่อยอดจากฐานอาชีพ เดิม ได้แก่ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (4) การพัฒนาอาชีพใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว เช่น การทำผ้าบาติก การจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน (5) การนำความรู้และ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าสู่ระบบการศึกษา (6) การส่งเสริมความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุที่ให้อิสระยังมี คุณค่าต่อสังคม (7) โครงการที่ส่งเสริมการพัฒนาจิตใจของคนท้องถิ่น ทั้งนี้นายกเทศมนตรี ท่านหนึ่ง กล่าวว่า “การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยชุมชนควรพัฒนามาจากฐาน ทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชน”



ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารสถาบันการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ผู้บริหารโรงเรียนในเกาะพะงันทั้งหมดเห็นด้วยว่า เกาะพะงันควรมีหลักสูตรเฉพาะท้องถิ่นที่จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาอาชีพโดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ผู้บริหารบางโรงเรียนให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันว่า นักเรียนที่จบการศึกษาภาคบังคับจำนวนไม่น้อยที่ไม่มีโอกาสศึกษาต่อ และกลายเป็นคนว่างงาน สร้างปัญหาให้กับสังคม เช่นการท้องในวัยรุ่น การมั่วสุมยาเสพติด เป็นต้น การมีหลักสูตรเฉพาะที่เน้นการส่งเสริมอาชีพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่งอาชีพและรายได้หลักของเกาะพะงันในปัจจุบัน จะทำให้เยาวชนที่ไม่เรียนต่อ (ซึ่งส่วนใหญ่เป็นลูกของแรงงานที่มาประกอบอาชีพที่เกาะพะงัน) สามารถพัฒนาตนเองเป็นแรงงานคุณภาพ และต่อยอดความรู้และทักษะไปเป็นอาชีพที่มั่นคงได้ โดยควรจัดให้มีหลักสูตรเฉพาะท้องถิ่นที่มีสาระครอบคลุมประเด็นความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ของทุกกลุ่มที่เกี่ยวข้องเพื่อการพัฒนาพื้นที่เกาะพะงันอย่างยั่งยืน

แผนการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงัน

ผลการวิจัยในส่วนสุดท้ายนี้ ได้จากการวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งความต้องการในการพัฒนาทุนมนุษย์ และนำไปสู่การนำเสนอแผนพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน แผนการพัฒนาประกอบด้วย 2 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดกลุ่มทุนมนุษย์ที่ต้องได้รับการพัฒนา

จากแนวคิดเกี่ยวกับทุนมนุษย์ (Human capital) ที่ว่าด้วยเรื่องของ “คน” ที่มีส่วนขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (จีระ หงส์ลดารมภ์ และคณะ, 2557; Becker, 1962; Olaniyan & Okemakinde, 2008) ทุนมนุษย์จึงไม่ควรถูกจำกัดแค่เพียงกลุ่มคนในภาคธุรกิจและแรงงาน แต่ควรเป็นทุกกลุ่มในสังคม โดยที่ ผลการศึกษาจากงานวิจัยนี้พบว่ากลุ่มทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม เรียกว่า 4HC (4 groups of human capital) ซึ่งประกอบด้วย (1) เจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวและแรงงาน (Tourism businesses & man powers) (2) คนท้องถิ่นที่อยู่ในวัยทำงาน (The locals) คนกลุ่มนี้ไม่อยู่ในภาคธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง (3) กลุ่มผู้สูงอายุ (Seniors) และ (4) กลุ่มเยาวชน (Youth forces) ทั้งนี้กลุ่มทุนมนุษย์ทั้ง 4 กลุ่มนี้ มีช่องว่างของการพัฒนาที่ต้องได้รับแตกต่างกัน ตารางที่ 2 นำเสนอการเปรียบเทียบรากฐานทุนเดิมและช่องว่างที่ต้องการพัฒนา



ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบรากฐานทุนเดิมและช่องว่างในการพัฒนาของทุนมนุษย์เกาะพะงัน (4HC of Phangan)

กลุ่ม	รากฐานเดิม	ช่องว่างที่ต้องพัฒนา
กลุ่มธุรกิจและแรงงานภาคการท่องเที่ยว	-ธุรกิจขนาดเล็กมีคนท้องถิ่นเป็นเจ้าของ -รูปแบบธุรกิจที่หลากหลายต่อการรองรับนักท่องเที่ยวหลายแบบ	-ทักษะภาษาต่างประเทศ -ขาดแคลนแรงงานคุณภาพ -ค่าจ้าง/ค่าตอบแทนที่เป็นธรรม
กลุ่มคนท้องถิ่น	-การเข้าถึงทรัพยากรในท้องถิ่น -ฐานอาชีพเดิมด้านเกษตร (สวนมะพร้าว) และประมง -การรวมกลุ่มอาชีพใหม่ เช่น ทำผ้าบาติก	-ขาดองค์ความรู้เพื่อพัฒนาอาชีพ (การตลาด/การบัญชี/การออกแบบผลิตภัณฑ์) -ขาดนวัตกรรมในการพัฒนาอาชีพ -ทักษะภาษาอังกฤษที่จะสามารถสื่อสารขั้นพื้นฐานได้
กลุ่มผู้สูงอายุ	-องค์ความรู้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น -ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น	-พื้นที่ให้คนกลุ่มนี้ได้แสดงบทบาทและศักยภาพยังมีจำกัด
กลุ่มเยาวชน	-การสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่น -การตั้งอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยว	-ขาดการพัฒนาแนวทางอาชีพที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในหลักสูตรที่ชัดเจน -ขาดการเชื่อมโยงการใช้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป็นแหล่งเรียนรู้

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดกรอบระยะเวลาของการพัฒนาและกลยุทธ์

ผู้วิจัยเสนอระยะเวลาของการพัฒนาทุนมนุษย์ของเกาะพะงันเป็น 3 ระยะ โดยในแต่ละระยะมีกลยุทธ์การพัฒนาที่แตกต่างกันสอดคล้องกับกลุ่มทุนมนุษย์ ดังปรากฏในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 กรอบระยะเวลาของการพัฒนาทุนมนุษย์

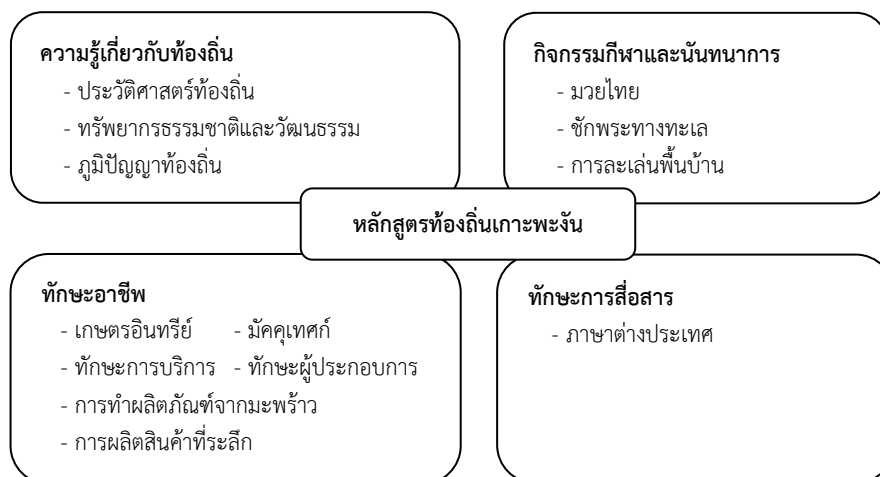
ระยะเวลา	กลยุทธ์การพัฒนา	กลุ่มทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้อง
ระยะสั้น	1. จัดฝึกอบรมผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารงานธุรกิจท่องเที่ยวและการควบคุมคุณภาพการบริการ 2. จัดฝึกอบรมทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจท่องเที่ยวในประเด็นความต้องการพัฒนาเร่งด่วนเช่น ทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการทำงานตามมาตรฐานสากล 3. จัดฝึกอบรมด้านอาชีพเสริมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเช่นการทำสินค้าที่ระลึก การทำอาหารท้องถิ่น การเกษตรอินทรีย์	กลุ่มธุรกิจและแรงงาน กลุ่มคนท้องถิ่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มเยาวชน



ตารางที่ 3 กรอบระยะเวลาของการพัฒนาทุนมนุษย์ (ต่อ)

ระยะเวลา	กลยุทธ์การพัฒนา	กลุ่มทุนมนุษย์ที่เกี่ยวข้อง
ระยะสั้น	1. จัดฝึกอบรมผู้ประกอบการเกี่ยวกับการบริหารงานธุรกิจท่องเที่ยวและการควบคุมคุณภาพการบริการ 2. จัดฝึกอบรมทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจท่องเที่ยวในประเด็นความต้องการพัฒนาเร่งด่วนเช่น ทักษะภาษาต่างประเทศ ทักษะการทำงานตามมาตรฐานสากล	กลุ่มธุรกิจและแรงงาน
ระยะกลาง	1. จัดฝึกอบรมต่อเนื่องสำหรับภาคธุรกิจ 2. พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ระหว่างภาครัฐ สถาบันการศึกษาทุกระดับ ภาคเอกชน และภาคท้องถิ่น	กลุ่มธุรกิจและแรงงาน ทั้ง 4 กลุ่ม
ระยะยาว	1. จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมและพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงัน โดยภาครัฐให้การสนับสนุนหลักในด้านงบประมาณการสร้างศูนย์ 2. พัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน	ทั้ง 4 กลุ่ม ทั้ง 4 กลุ่ม

หลักสูตรท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวของเกาะพะงันครอบคลุมสาระที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะพะงันผ่านการพัฒนาทุนมนุษย์ และต้องเป็นความร่วมมือของทุกภาคส่วน เมื่อจัดทำหลักสูตรนี้แล้วจึงนำหลักสูตรเข้าสู่การศึกษาทั้งในระบบและนอกระบบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ภาพที่ 2 แสดงองค์ประกอบของสาระในหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวเกาะพะงัน



ภาพที่ 2 หลักสูตรท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน



สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

โดยสรุปการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะพะงันตามกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องคือกลุ่มชุมชนท้องถิ่น และกลุ่มธุรกิจ (ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจรถขนส่งผู้โดยสาร และธุรกิจจำหน่ายเที่ยวและมัคคุเทศก์) ดังข้อมูลในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการศึกษาปัญหาการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน

ปัญหาของชุมชน	ปัญหาของธุรกิจ
1) ขาดองค์ความรู้ที่จะสามารถนำมาพัฒนาอาชีพ ไม่มีการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้แก่คนในท้องถิ่น เช่น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น	1) ขาดความรู้และทักษะในการให้บริการในระดับมาตรฐานสากล
2) ขาดความรู้ด้านภาษาอังกฤษโดยเฉพาะสำหรับการสื่อสารอย่างง่ายในชีวิตประจำวัน	2) ขาดทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ
3) ขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากประชากรในชุมชนเป็นผู้สูงอายุมากกว่าคนวัยทำงาน	3) ขาดแคลนแรงงานคนไทยที่มีคุณภาพ
4) ทักษะของคนท้องถิ่นว่าไม่มีความจำเป็นต้องพัฒนาตนเองในการสร้างอาชีพเสริม การว่างงานของกลุ่มสตรีแม่บ้านในหลายชุมชน	4) ขาดแคลนมัคคุเทศก์ที่มีใบอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย
5) ปัญหาจริยธรรม การหลอกลวงนักท่องเที่ยว	5) ขาดทัศนคติที่ดีต่ออาชีพมัคคุเทศก์
	6) ขาดการควบคุมแรงงานต่างชาติในการทำอาชีพเฉพาะ เช่น มัคคุเทศก์
	7) ค่าตอบแทนไม่จูงใจ
	8) ขาดการควบคุมการให้บริการรถโดยสารผิดกฎหมายส่งผลต่อความปลอดภัยและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และ
	9) ขาดทักษะในการให้บริการของพนักงานขับรถ เช่น การสื่อสารภาษาอังกฤษและบุคลิกภาพ มารยาทในการขับและการสื่อสาร



ทั้งนี้สำหรับภาคธุรกิจ (ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจรถขนส่ง ผู้โดยสาร และธุรกิจจัดนำเที่ยวและมัคคุเทศก์) พบว่าปัญหาเกี่ยวกับทุนมนุษย์ในทุกภาคธุรกิจ ส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือ ปัญหาเกี่ยวกับทักษะการให้บริการ ทักษะภาษาต่างประเทศ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน เป็นต้น

สรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 คือความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเกาะพะงัน มีรายละเอียดตามที่ปรากฏในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ของเกาะพะงัน



ผลการศึกษาจากงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ผ่านมาในประเด็นสำคัญคือ ภาคธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว ทั้งธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจจذبนำเที่ยว มีความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในด้านความรู้ ทักษะการบริการ ทักษะภาษาต่างประเทศ การพัฒนาคุณภาพตามมาตรฐานสากล และรูปแบบการพัฒนาที่เห็นว่าเหมาะสมมากที่สุดคือ การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม การสอนงาน รวมทั้งการสร้างความร่วมมือกับภาครัฐในการร่วมพัฒนาทุนมนุษย์ (ซัชจรียา และคณะ, 2558; สุรีย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์, 2557; ศิริรัตน์ มีเดช, 2549; เอกพล วงศ์เสรี และคณะ, 2556)

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเกาะพะงัน นำไปสู่การเสนอแนะแนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะพะงัน ตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ดังที่ได้นำเสนอแล้วในหัวข้อผลการวิจัย โดยมีสาระสำคัญสรุปได้ดังนี้ต่อไป

(1) ทุนมนุษย์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ควรถูกจำกัดเพียงกลุ่มผู้ประกอบการและแรงงานในภาคธุรกิจ แต่ควรรวมถึงคนชุมชนท้องถิ่นผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ที่ควรได้รับการพัฒนาโดยเฉพาะการส่งเสริมอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างและการกระจายรายได้ ซึ่งเป็นปัจจัยชี้วัดการพัฒนาสังคม (ขวัญกมล ดอนขวา, 2555) และเป็นตัวชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (WTO, 1998)

(2) การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนากลุ่มผู้สูงอายุซึ่งมีแนวโน้มเป็นประชากรส่วนใหญ่ของพื้นที่ท่องเที่ยว โดยให้ผู้สูงอายุได้เข้ามามีบทบาทในการร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นบุคคลที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ที่สามารถถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้แก่คนรุ่นหลัง ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุรู้สึกว่ามีคุณค่าต่อสังคม เป็นส่วนสร้างทุนทางอารมณ์ (Emotional capital) ตามแนวคิด 5K's ของจิระ หงส์ดลารมภ์ และคณะ (2557) การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเป็นความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ที่จะเตรียมความพร้อมการเสริมทักษะของผู้สูงอายุ (กระทรวงแรงงาน, 2559)

(3) การพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนต้องพัฒนากลุ่มเยาวชนในท้องถิ่นทั้งที่อยู่ในระบบการศึกษาและนอกระบบการศึกษา โดยการใช้พัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน ให้ความรู้กับกลุ่มเยาวชนเพื่อให้ทุนมนุษย์กลุ่มนี้ได้สามารถวางแผนเป้าหมายชีวิตและสามารถพัฒนาเส้นทางอาชีพของตนเองทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงและโดยอ้อม การมีเยาวชนที่มีคุณภาพเป็นส่วนหนึ่งของการประกันคุณภาพทุนมนุษย์ที่จะอยู่ในภาคธุรกิจท่องเที่ยวในอนาคต



ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. แนวทางการพัฒนาทุนมนุษย์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามที่เสนอในผลการวิจัยของงานวิจัยนี้ควรได้รับการพิจารณาอย่างจริงจังจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน
2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานและระดับอุดมศึกษาในพื้นที่เกาะพะงันและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ควรสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมต่างๆตามความจำเป็นและความต้องการ
3. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ควรร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวของเกาะพะงัน โดยเฉพาะการพัฒนาทักษะฝีมือให้ได้ในระดับมาตรฐานสากล
4. ควรเปิดโอกาสให้คนท้องถิ่นเกาะพะงันเข้ามามีส่วนร่วมกับการกำหนดนโยบายในการพัฒนาทุนมนุษย์มากขึ้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). การเตรียมความพร้อมท่องเที่ยวไทยก้าวสู่ AEC. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม, 2558. จาก <http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-read-Web-etatjournal/menu-2014/menu-2014-jan-mar/563-12557-aec>
- กระทรวงแรงงาน. (2559). สถานการณ์และประมาณการด้านแรงงาน ปี 2560. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2558, จาก http://www.mot.go.th/file_upload/2560/Economic_Situation_and_Labor_Market.pdf
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2555). รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, นครราชสีมา.
- จิระ หงส์ดามรงค์, พิชญ์ภูรี จันทรมล, วราพร ชูภักดี, เขมิกา ถึงแก้วธนกุล, และ ภัทรพร อันตะริกา นนท์. (2557). การปฏิรูปประเทศไทยบนพื้นฐานของทุนแห่งความยั่งยืน. วารสารวิทยาการจัดการ, 1(2), 11-19.
- ซัชจิริยา ใบลี, ประกอบ ผลงาม และอรทัย จิตไธสง. (2558). การสร้างความเข้มแข็งของทุนมนุษย์ในการจัดการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์, 9(3), 147-159.



- ปานจิตร จินหิรัญ และ พิรสิทธิ์ คำนวนศิลป์. (2556). **ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อชุมชนชาวเกาะพะงัน**. บทความวิจัยเสนอในที่ประชุมมหาดไทยวิชาการ ครั้งที่ 4 วันที่ 10 พฤษภาคม 2556 (หน้า 158-165). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สุริย์ เลี้ยวเพ็ญวงษ์. (2557). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางสู่การเป็นศูนย์กลางอนุภาคลุ่มน้ำโขง**. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 10(1), 1-11.
- สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). สทท. **จับมืออาชีพศึกษาผลิตบุคลากรภาคท่องเที่ยว**. จดหมายข่าวสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 1(3). สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2558 http://www.thailandtourismcouncil.org/imgadmins/newsletter_file/TCT_newsletter_file_th_2014-03-04_10-24-57.pdf.
- สำนักงานจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2557). **แผนพัฒนาจังหวัดสุราษฎร์ธานี (2557-2560) ฉบับทบทวน**. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2558 จาก <http://www.pdc.go.th/wp-%20.pdf>
- ศิริรัตน์ มีเดช. (2549). **ความต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, สุราษฎร์ธานี.
- เอกพล วงศ์เสรี, เฉลิมพร วรพันธุ์กิจ และ กมลวรรณ กิตติอุดมรัตน์. (2556). **การพัฒนาสมรรถนะของทรัพยากรมนุษย์ในภาคธุรกิจบริการเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับประชาคมอาเซียน กรณีศึกษา กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน: ระนอง พังงา ภูเก็ต กระบี่ ตรัง**. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต, ภูเก็ต.
- Becker, G. S. (1962). **Investment in human capital: A theoretical analysis**. Journal of Political Economy, 70, 9-49.
- Butler, R.W. (1999). **Sustainable Tourism: A state of the art review**. Tourism Geographies, 1(1), 7-15.
- Kusluvan, K., Ilhan, I., & Buyruk, L. (2010). **The Human Dimension: A Review of human resources management issues in tourism and hospitality industry**. Cornell Hospitality Quarterly, 51(2), 171-214
- Lui, Z. (2003). **Sustainable Tourism Development: A Critique**. Journal of Sustainable Tourism, 11(6), 459-475.
- Olaniyan, D.A. & Okemakinde, T. 2008. **Human Capital Theory: Implications for Educational Development**. Pakistan Journal of Social Sciences, 5(5) 479-483.
- Singh, S. (1997). **Developing human resources for the tourism industry with reference to India**. Tourism Management, 18(5). 299-306
- Swarbrooke, J. (1999). **Sustainable Tourism Management**. Oxon: CABI Publishing.



World Tourism Organization (WTO). (1995). **What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of the Indicators of Sustainable Tourism**. Madrid, Spain.

World Tourism Organization (WTO). (1998). **Guide for local authorities on developing sustainable tourism**. Madrid, Spain. <https://www.wttc.org/research/policy-research/human-capital/>



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิง ชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

Factor Affecting to the Travel Behavior of the Foreign Female Tourist in Bangkok

นรินทร์สิริ เชียงพันธ์*

รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์**

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว อุปสรรคและข้อจำกัดทางการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร และเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และอุปสรรคและข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวเพศหญิง จำนวน 325 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปร ผลจากการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านแรงผลักดันจากภายในในระดับมาก มีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านแรงดึงดูดจากภายนอกในระดับปานกลาง มีอุปสรรคทางการท่องเที่ยวน้อยที่สุด และมีแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำและบอกต่อมากที่สุด อย่างไรก็ตามพบว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านแรงผลักดันจากภายในไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว แต่แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวด้านแรงดึงดูดจากภายนอกและอุปสรรคทางการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: นักท่องเที่ยวเพศหญิง แรงจูงใจ อุปสรรคทางการท่องเที่ยว

* นักศึกษาลัทธิศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาการจัดการและอุตสาหกรรมบริการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์



Abstract

The objectives of this research is (1) to explore travel motivation, travel constraint, and tourist behavior of foreign female tourists in Bangkok (2) to analyze the influence of travel motivation and travel constraint on tourist behavior of foreign female tourists in Bangkok. The data was collected by questionnaire from 325 foreign female tourists in Bangkok. The data was analyzed by descriptive statistics and Multiple Regression was used to analyze the influence of variables. The results of the study show that tourists had high levels of push motivation average pull motivation, least travel constraint and highest level of return and repeat. However, it was found that push motivation had no influence on tourism behavior while pull motivation and travel constraint influenced tourism behavior.

Keywords: Female tourist, Travel motivation, Travel constraint

บทนำ

นักท่องเที่ยวเพศหญิงถือได้ว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นับตั้งแต่ พ.ศ. 2551 ตลาดการท่องเที่ยวของผู้หญิงทั่วโลกมีมูลค่ามากถึง 19,000 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี เป็นผลมาจากการที่ประชากรเพศหญิงเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในปัจจุบันประชากรเพศหญิงทั่วโลกมีจำนวนมากกว่า 3.6 พันล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วน 49.5% ของประชากรโลก (World Bank, 2015) สำหรับประเทศไทยนั้นพบว่า มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพศหญิงอย่างก้าวกระโดด โดยในช่วงปี พ.ศ. 2550-2557 นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอัตราการเติบโตสูงถึง 11.4% หรือจาก 5 ล้านคน สู่ 10.7 ล้านคน และคิดเป็น 43% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) และในปี 2557 นักท่องเที่ยวเพศหญิงสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยมากถึง 50 ล้านบาท โดยพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงจากประเทศสหรัฐอเมริกาหรือ U.A.E. มีการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว 6,652 บาทต่อวัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ระบุว่านักท่องเที่ยวประมาณต่างชาติเพศหญิงจำนวน 500,000 คน อยู่ในกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง โดยมีรายได้ไม่ต่ำกว่าปีละ 60,000 ดอลลาร์สหรัฐ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559)



เมื่อพิจารณาถึงประเภทของนักท่องเที่ยวเพศหญิงพบว่าหนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่มีอัตราการเติบโตมากที่สุด คือนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังและเดินทางร่วมกับผู้ร่วมที่เป็นเพศหญิงเท่านั้น โดยในปี พ.ศ. 2552 ถึงปี พ.ศ. 2558 นักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวอเมริกันที่เดินทางโดยลำพังเพิ่มขึ้นถึง 230% (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) นอกจากนี้ 79% ของนักท่องเที่ยวเพศหญิงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เคยเดินทางร่วมกับผู้ร่วมที่เป็นเพศหญิงเท่านั้นยังคงมีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังในอนาคต โดยมีการวางแผนที่จะเดินทางในลักษณะดังกล่าว 2 ถึง 4 ครั้ง ต่อระยะเวลา 1 ปี ซึ่งค่าเฉลี่ยดังกล่าวสูงกว่าค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางโดยลำพังและเดินทางร่วมกับผู้ร่วมที่เป็นเพศหญิงทั่วโลกมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 74% (Trip Advisor Public Relations, 2015) เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวเพศหญิงในประเทศอังกฤษที่พบว่า 2 ใน 3 ของจำนวนผู้หญิงที่มีคนรักแล้ว ต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวโดยไม่มีคนรักร่วมเดินทางมากถึง 60% (Jordan & Aitchison, 2008)

ผู้หญิงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อและการใช้บริการ โดยในภาคครัวเรือนนั้นครอบครัวมากกว่า ร้อยละ 80 ผู้หญิงเป็นผู้ตัดสินใจเกี่ยวกับการใช้จ่ายของครัวเรือนทั้งหมด และมากกว่า ร้อยละ 80 เป็นคนตัดสินใจว่าครอบครัวจะไปท่องเที่ยวหรือไม่ จะเดินทางเที่ยวที่ได้ (Harvard Business Review, 2016) ผู้หญิงยังมีอิทธิพลต่อครอบครัวสามารถนำพาให้กลุ่มเพื่อนและคนใกล้ชิด เช่น คนรัก และครอบครัวให้ออกเดินทางท่องเที่ยวได้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2559) ทั้งนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงเป็นกลุ่มที่มีกำลังใช้จ่ายสูง นิยมใช้จ่ายกับอาหารทำกิจกรรมบนชายหาด และนิยมใช้บริการสปา จึงทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวเพศหญิงเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันและเป็นผู้กำหนดแนวโน้มการตลาดของการท่องเที่ยวในอนาคต

จากศักยภาพของตลาดนักท่องเที่ยวเพศหญิงดังกล่าว ทำให้หลายประเทศสร้างนโยบายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ทั้งนี้ประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญและศักยภาพของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว จึงได้มีการกำหนดนโยบายและแผนการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเพศหญิง โดยในปี พ.ศ. 2535 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดให้เป็นปีแห่งการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิง มีการจัดกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเพศหญิงและส่งเสริมให้สถานประกอบการท่องเที่ยวต่างๆ ให้ความสนใจแก่นักท่องเที่ยวเพศหญิง (Leheny, 1995)



อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางเพียงลำพังและเดินทางร่วมกับผู้ร่วมทางเพศหญิงเท่านั้น เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด อันเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีสรีระทางร่างกายที่แข็งแรงน้อยกว่าและเป็นเป้าหมายของอาชญากรรมมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย (Crime Prevention Tips, 2016) การเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะนี้จึงส่งผลต่อความกังวลในเรื่องความปลอดภัย ทำให้มีความกลัวต่ออุปสรรคหรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้ในช่วงการเดินทางทั้งในสถานที่แจ้งและสถานที่สาธารณะ นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวรู้สึกไม่ปลอดภัยขณะที่เดินทางท่องเที่ยว และบางส่วนเคยมีประสบการณ์ถูกล่วงละเมิดทางเพศ นอกจากปัจจัยเรื่องความปลอดภัยของจุดหมายปลายทางแล้ว ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น ทักษะความมั่นใจ ทักษะที่จำเป็น และทัศนคติจากคนรอบข้าง ยังเป็นอุปสรรคต่อนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย (Henderson, Bialeschki, Shaw, & Freysinger, 1989) ดังนั้นการทำการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวให้ประสบผลจำเป็นต้องมีการพิจารณาเรื่องอุปสรรคและข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวร่วมกับการพิจารณาปัจจัยอื่น

ทั้งนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังและเดินทางร่วมกับผู้ร่วมที่เป็นเพศหญิงเท่านั้นเป็นกระแสนิยมที่เกิดขึ้นได้ไม่นานนัก จึงทำให้มีการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้น้อย โดยการศึกษาส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่จุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเดินทางไป และความพึงพอใจหรืออุปสรรคที่นักท่องเที่ยวได้พบเจอ (McNamara & Prideaux, 2010) ในประเทศไทยนั้นพบว่าการศึกษเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนน้อยมาก และการศึกษาส่วนใหญ่เป็นข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อาทิ จำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และแนวโน้มการใช้จ่ายในอนาคต มากไปกว่านั้นการศึกษเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังจำนวนมากได้รวมนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเข้ากับกลุ่มเดียวกับนักท่องเที่ยวสะพายเป้ (Backpacker) ทำให้การศึกษาที่มีอยู่ในปัจจุบันทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศขาดข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับตัวตน แรงจูงใจ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางโดยลำพังอย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้เกิดการส่งเสริมการตลาดที่ไม่ชัดเจนและไม่สัมฤทธิ์ผล

หากประเทศไทยต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางโดยลำพังและเดินทางร่วมกับผู้ร่วมที่เป็นเพศหญิงเท่านั้นให้ประสบความสำเร็จ องค์ความรู้เกี่ยวกับเหตุผลหรือปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไปจาก

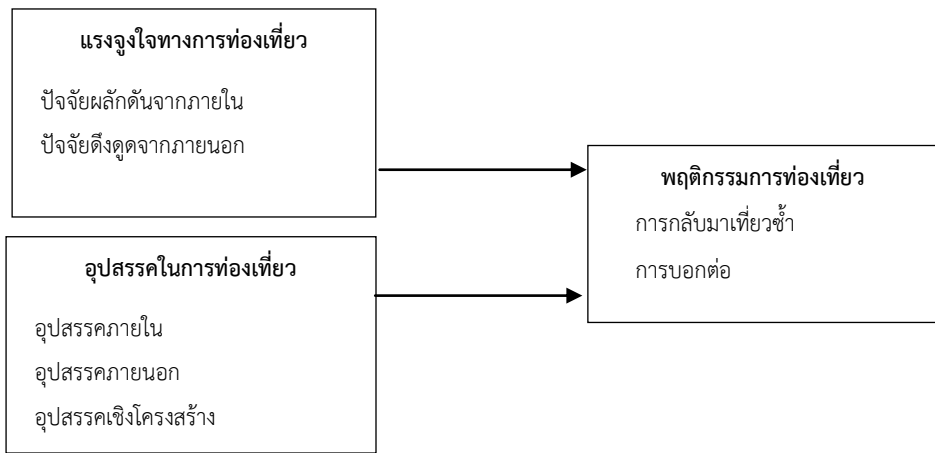


เดิมจึงเป็นข้อมูลที่สำคัญ อันจะเป็นประโยชน์ทั้งในทางวิชาการ ด้านสังคมและเศรษฐกิจที่จะทำให้เราสามารถส่งเสริมปัจจัยที่มีอิทธิพลการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้โดยตรงจุด และก่อให้เกิดผลสำเร็จทั้งทางด้านจำนวนนักท่องเที่ยวตลอดจนสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1. เพื่อสำรวจแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว อุปสรรคและข้อจำกัดทางการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร
- 2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และอุปสรรคและข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย



แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นๆ นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม ซึ่งการกระทำนั้นอาจจะขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิดและความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเอง เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการ

และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (เบญญาภา อยู่โพธิ์ทอง, 2559) การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงทำให้ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นทั้งยังช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่งขัน (ชวลินช อุทยาน, 2552) ทั้งนี้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยังเกี่ยวข้องในเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว วันเวลา ยานพาหนะ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และผู้ร่วมเดินทาง พฤติกรรมการท่องเที่ยวยังควบรวมถึงการตัดสินใจไปจนถึงพฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวคือ พฤติกรรมด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำและการบอกต่อ

พฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำ การดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวแล้วนั้นง่ายและได้ผลมากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ มาก่อน เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวแล้วมีภาพจำ ความเข้าใจและความรู้สึกร่วมกับสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นแล้ว ทำให้เกิดความถี่ในการได้มากขึ้น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวยังสถานที่เดิมๆ หลายหนมักจะกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและพื้นที่ใหม่ ทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่มากขึ้นซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรกที่มักถูกดึงดูดโดยสถานที่ท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงเท่านั้น (Chi, 2011)

พฤติกรรมการบอกต่อ เป็นการแสดงออกถึงความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถรับรู้ผ่านการบอกต่อเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางต่อเพื่อนและครอบครัว คำพูดบอกต่อเชิงบวกเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ฟังได้เห็นภาพและลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง (Meleddu, Paci, & Pulina, 2015) การบอกต่อจึงเป็นอิทธิพลอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและเลือกเดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ดังนั้นหากนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่เคยได้ไป ย่อมมีการบอกต่อและกระตุ้นให้คนรอบข้างเดินทางมายังสถานที่เดียวกัน (Assael, 1984) การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อจึงเป็นข้อมูลที่สำคัญต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในการศึกษาของ Crompton and McKay (1997) หมายถึงปัจจัยหลักที่อยู่เบื้องหลังการก่อให้เกิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวยังเป็นมูลเหตุขั้นต้นที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่ทำให้เข้าใจถึงกระบวนการ

ตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้ในการออกแบบและวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ จากทฤษฎีการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มีอยู่มากมาย เช่น แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของ McIntosh, Goeldner, and Ritchie (1995) อันได้แก่ สิ่งจูงใจทางกายภาพ วัฒนธรรม ระหว่างบุคคล ด้านสถานภาพและชื่อเสียง หรือ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในทัศนคติของ Swarbrooke ที่ประกอบไปด้วย แรงจูงใจทางด้านสรีระหรือทางกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านสนองอารมณ์ความรู้สึก ด้านสถานภาพ ด้านพัฒนาตนเอง และด้านส่วนบุคคล (Swarbrooke ในเลิศจร ภาระสกุล, 2556) พบว่าแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในแต่ละแนวคิดมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยสามารถนำมาจัดหมวดหมู่และสรุปได้ว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประการ ได้แก่ ปัจจัยผลักดันจากภายใน และปัจจัยดึงดูดจากภายนอก (เลิศจร ภาระสกุล, 2556)

ในการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวเพศหญิงนั้นพบว่า แรงจูงใจเชิงผลักดันถูกปรับเปลี่ยนให้ตรงกับลักษณะของเพศหญิงมากขึ้น ดังการศึกษาของ Wilson and Harris (2006) ที่มีการระบุถึงปัจจัยผลักดันในการท่องเที่ยวเพียงลำพังและเดินทางร่วมกับผู้ร่วมเดินทางเพศหญิงไว้ 7 ประการ ดังนี้ (1) เพื่อทราบถึงศักยภาพของตนเอง หรือเพื่อให้รู้ว่าตนเองทำอะไรได้หรือไม่ได้ (2) เพื่อหลีกเลี่ยงหรือหลุดพ้นจากหน้าที่ของเพศหญิง อันได้แก่การเป็นแม่บ้าน การดูแลพ่อแม่ สามี และลูก (3) เพื่อเข้าใจตัวเองให้มากขึ้น (4) เพื่อแก้ปัญหาหรือผ่อนคลายจากความเครียดที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงของชีวิตในช่วงต่างๆร่วมกับเพื่อน (5) เพื่อให้ได้รับความรู้สึกของการพึ่งพาตนเองเป็นหลัก (6) เพื่อให้ได้รับความรู้สึกของการเป็นอิสระและใช้เวลาอยู่กับตนเอง และ (7) เพื่อเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับกลุ่มคนที่มีความคิดและความชอบเหมือนกัน นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวของเพศหญิงของ Bianchi (2016) ที่พบว่าปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงมี 4 ด้าน คือ (1) สถานที่ท่องเที่ยว (2) ความปลอดภัย (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (4) การรับรู้ข่าวสาร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสรรคทางการท่องเที่ยว

ทฤษฎีอุปสรรคทางการท่องเที่ยว เป็นทฤษฎีที่มีแนวความคิดว่ามนุษย์ทุกคนมีความต้องการและมีอิสระในการเดินทางท่องเที่ยว แต่เกือบทุกคนมีอุปสรรคเข้ามาขวางกั้นและขัดขวางการเดินทางท่องเที่ยว (Raymore, Godbey, Crawford, & Von Eye, 1993) อุปสรรคทางการท่องเที่ยวยังถูกนิยามว่าเป็นสิ่งที่ขวางกั้นที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวตามที่ต้องการหรือตามที่มุ่งหวังไว้ (Jackson, 1988) หากมีอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยๆย่อมทำ



ให้เกิดความพึงพอใจในระดับสูง อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม จะพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความกลัวต่ออุปสรรคหรืออันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้ในช่วงการเดินทาง มากกว่าผู้ชาย เนื่องด้วยสรีระทางร่างกายที่แข็งแรงน้อยกว่าและเป็นเป้าหมายของอาชญากรรม มากกว่าผู้ชาย (Gilbert & Hudson, 2000) โดยอุปสรรคทางการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (1) อุปสรรคทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากตัวของนักท่องเที่ยวเอง (Intrapersonal) ได้แก่ การขาดความมั่นใจ ความตื่นกลัว ความแข็งแรงของร่างกาย และการขาดทักษะหรือความสามารถที่จำเป็นต้องใช้ขณะท่องเที่ยว (2) อุปสรรคทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากจากคนภายนอก (Interpersonal) ได้แก่ มุมมองและปฏิสัมพันธ์ของคนในที่ทำงานและสมาชิกในครอบครัวที่ตอบสนองอย่างไม่เข้าใจหรือไม่เห็นด้วยในสิ่งที่ตนเองต้องการจะทำ รวมถึงทัศนคติของคนในจุดหมายปลายทางที่มองมายังตัวนักท่องเที่ยว (3) อุปสรรคทางการท่องเที่ยวเชิงโครงสร้าง (Structural) ได้แก่ การไม่มีเวลาว่าง ไม่มีเงิน สภาพอากาศไม่เป็นใจ (Crawford & Godbey, 1987)

วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้มีการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากวิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบประชากรของ W.G.cochran ซึ่งทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 325 คน และได้ทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างผ่านการคัดเลือกประชากรจากการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน (multi stage sampling) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 คัดเลือกประชากรแบบเจาะจง โดยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติเท่านั้น

ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงอีกครั้ง โดยได้กำหนดให้นักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร วัดพระศรีรัตนศาสดาราม ถนนเยาวราช พระบรมหาราชวัง ตลาดจตุจักร และสยาม โดยสถานที่ข้างต้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาตินิยมมากที่สุด (วิเคราะห์ข้อมูลจากกระดานสนทนาออนไลน์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว)

ขั้นที่ 3 การสุ่มแบบสะดวก โดยเลือกเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่สะดวกและยินดีให้ข้อมูลระหว่างที่ทำการเก็บข้อมูลในพื้นที่ศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาปรับให้มีความเหมาะสมกับเนื้อหาและกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายใน ปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวจากภายนอก และอุปสรรคทางการท่องเที่ยว จำนวน 20 ข้อ โดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบประมาณค่าด้วยวิธีประเมินค่าจากคะแนนรวมของลิเคิร์ต (Likert : Summated rating scale) ที่มี 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำและการบอกต่อ จำนวน 2 ข้อ โดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบประมาณค่าด้วยวิธีประเมินค่าจากคะแนนรวมของลิเคิร์ต (Likert : Summated rating scale) ที่มี 5 ระดับ

ผลจากการพิจารณาการหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ได้เท่ากับ 0.8 ซึ่งหมายความว่าข้อคำถามมีความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา และจากการหาความเชื่อมั่นผ่านการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha พบว่า ปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายใน มีความเชื่อมั่นที่ 0.808 ปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยวจากภายนอกมีความเชื่อมั่นที่ 0.782 ด้านปัจจัยด้านอุปสรรคทางการท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นที่ 0.857 รวมปัจจัยทั้งหมดค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.786 ซึ่งมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง (มากกว่า 0.7) จึงนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติ

งานวิจัยนี้มีการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ตั้งไว้ โดยมีการใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ผ่านการแสดง ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรตามวัตถุประสงค์ที่ 2



ผลการศึกษาและการอภิปรายผล

1. ผลการสำรวจแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว อุปสรรคและข้อจำกัดทางการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 1: ระดับแรงจูงใจด้านแรงผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายใน

แรงจูงใจด้านแรงผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายใน	ระดับแรงจูงใจ		
	$\bar{X}$	S.D	แปลความหมาย
1. เพื่อพิสูจน์ตนเอง ว่ามีสิ่งใดที่ทำได้ด้วยตนเองโดยปราศจากความช่วยเหลือจากคนรอบข้าง	3.75	.452	มาก
2. เพื่อหลีกเลี่ยงหรือหยุดพักจากบทบาทของการเป็นแม่บ้าน	3.44	.633	มาก
3. เพื่อเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของตนเองมากขึ้น	3.46	.659	มาก
4. เพื่อลดความเครียดจากปัญหาชีวิตและปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงที่	3.36	.605	มาก
5. เพื่อให้ได้รับความรู้สึกของการพึ่งพาตนเอง	3.65	.604	มาก
6. เพื่อการท่องเที่ยวที่เป็นอิสระและสามารถควบคุมเวลาได้	3.58	.616	มาก
7. เพื่อสร้างการเดินทางที่ความสุขจากการท่องเที่ยวคนเดียวหรือร่วมกับเพื่อน	3.52	.626	มาก
รวม	3.54	.377	มาก

ผลการศึกษาแรงจูงใจด้านแรงผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายใน พบว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลักดันจากภายในโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน (ค่าเฉลี่ย = 3.54) โดยมีแรงจูงใจที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ได้แก่ เพื่อพิสูจน์ตนเองว่ามีสิ่งใดที่ทำได้ด้วยตนเองโดยปราศจากความช่วยเหลือจากคนรอบข้างว่าสามารถทำอะไรได้ด้วยตนเอง (ค่าเฉลี่ย = 3.75) รองลงมาได้แก่เพื่อให้ได้รับความรู้สึกของการพึ่งพาตนเอง (ค่าเฉลี่ย = 3.65) และเพื่อการท่องเที่ยวที่เป็นอิสระและสามารถควบคุมเวลาได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.58) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sovadinova (2008) ที่พบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงที่ท่องเที่ยวเพียงลำพังหรือเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อนเพศหญิงเท่านั้นเป็นเวลาที่ได้เป็นตัวของตัวเอง ได้ลงมือทำอะไรได้ด้วยตนเอง การได้ใช้เวลาท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือได้มีโอกาสท่องเที่ยวกับเพื่อนเพศหญิงที่มีแนวคิดคล้ายๆ กันจึงเป็นแรงจูงใจที่หลักให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว (Gibson&Jordan, 1998) เช่นเดียวกับแรงจูงใจเพื่อเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของตนเองมากขึ้น



ตารางที่ 2 : ระดับแรงจูงใจด้านแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวจากภายนอก

แรงจูงใจด้านแรงผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายใน	ระดับแรงจูงใจ		
	$\bar{X}$	S.D	แปลความหมาย
1. เพื่อพิสูจน์ตนเอง ว่ามีสิ่งใดที่ทำได้ด้วยตนเองโดยปราศจากความช่วยเหลือจากคนรอบข้าง	3.27	.523	มาก
2. บรรยากาศของกรุงเทพมหานครดึงดูดใจให้อยากท่องเที่ยว	2.93	.658	ปานกลาง
3. สาธารณูปโภคและการคมนาคมของกรุงเทพมหานครมีความพร้อม และเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย	2.93	.642	ปานกลาง
4. กรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยสำหรับผู้หญิงที่เที่ยวคนเดียวหรือท่องเที่ยวร่วมกับกลุ่มเพศหญิง	3.01	.696	ปานกลาง
5. การตลาดและการประชาสัมพันธ์ของกรุงเทพมหานครดึงดูดใจฉันให้ท่องเที่ยว	2.86	.737	ปานกลาง
รวม	3.00	.436	ปานกลาง

ผลการศึกษาแรงจูงใจด้านแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวจากภายนอก พบว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึงดูดจากภายนอกโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.00) โดยมีแรงจูงใจที่มีค่าเฉลี่ย 3 ลำดับแรก ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครตรงกับความชื่นชอบและรสนิยมของฉัน (ค่าเฉลี่ย = 3.27) รองลงมาได้แก่กรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยสำหรับผู้หญิงที่เที่ยวคนเดียวหรือท่องเที่ยวร่วมกับกลุ่มเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย = 3.01) และบรรยากาศของกรุงเทพมหานครดึงดูดใจให้อยากท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย = 2.93) ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเนื่องจากเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ตรงกับความชื่นชอบและรสนิยมของพวกเขาเอง ซึ่งอาจเป็นผลจากการที่กรุงเทพมหานครมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม แหล่งนันทนาการ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และแหล่งรวมศิลปวัฒนธรรม (อรุณิ ลอมเศรษฐี, 2554) และยังเห็นว่ากรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวเพศหญิง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (Chiang & Jogaratnam, 2006)



ตารางที่ 3 : ระดับอุปสรรคทางการท่องเที่ยว

อุปสรรคทางการท่องเที่ยว	ระดับอุปสรรคที่เกิดขึ้น		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลความหมาย
1. อุปสรรคภายใน	1.42	.376	น้อยที่สุด
2. อุปสรรคระหว่างบุคคล	1.24	.400	น้อยที่สุด
3. อุปสรรคอื่นๆ	1.30	.375	น้อยที่สุด
รวม	1.34	.308	น้อยที่สุด

ผลการศึกษาอุปสรรคทางการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีอุปสรรคทุกด้านในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 1.34) ทำให้ทราบได้ว่านักท่องเที่ยวมีอุปสรรคที่เกิดขึ้นก่อน ระหว่าง และ หลังการท่องเที่ยวน้อยที่สุด โดยเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอุปสรรคภายในอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 1.42) อุปสรรคอื่นๆอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 1.30) และอุปสรรคระหว่างบุคคลอยู่ในระดับน้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 1.24) ตามลำดับ การที่นักท่องเที่ยวมีอุปสรรคทางการท่องเที่ยวน้อยที่สุด เป็นผลมาจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวหรือพร้อมกับเพื่อนเพศหญิงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความกล้า ปราศจากความกลัวในสิ่งที่ตัวเองยังไม่เชี่ยวชาญ และไม่กลัวกับสิ่งที่ไม่คุ้นเคย (McNamara & Prideaux, 2010) ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่มีอุปสรรคภายใน ทั้งในด้านความเชื่อว่าผู้หญิงไม่สามารถท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครคนเดียวหรือท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวเพศหญิงได้ ด้านการขาดทักษะที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว เช่น การใช้ภาษาต่างประเทศและการอ่านแผนที่ ด้านความเชื่อว่ามีเหตุร้ายเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางคนเดียวหรือเดินทางร่วมกับเพื่อนเพศหญิงในระหว่างการท่องเที่ยว และในด้านความกลัวที่ต้องท่องเที่ยวได้โดยปราศจากครอบครัว

ตารางที่ 4 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

อุปสรรคทางการท่องเที่ยว	ระดับอุปสรรคที่เกิดขึ้น		
		S.D.	แปลความหมาย
1. การกลับมาเที่ยวซ้ำ	4.46	.365	มากที่สุด
2. การบอกต่อ	4.49	.662	มากที่สุด
รวม	4.48	.356	มากที่สุด



ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการในการกลับมาเที่ยวซ้ำในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.46) และมีความต้องการในด้านการบอกต่อในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.48) ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัย Chi (2011) ที่พบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำในจุดหมายปลายทางที่เคยไป เนื่องจากมีข้อมูลเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางนั้นๆ แล้ว ไม่จำเป็นต้องหาข้อมูลใหม่และไม่มีความกังวลกับสิ่งที่จะได้พบเจอ เช่นเดียวกับการบอกต่อที่นักท่องเที่ยวมักจะบอกเล่าถึงประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับคนรอบข้างได้รับฟัง เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ทุกคนได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างกันไป การแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการบอกต่อและรับฟัง (Kurashima, Iwata, Irie, & Fujimura, 2010)

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และอุปสรรคและข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 5 : สรุปผลการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว และอุปสรรคและข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรที่ใช้ศึกษา(สมมติฐาน)	ผลการทดสอบสมมติฐาน	สถิติที่ใช้
ตัวแปรตามด้านพฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำ		
ปัจจัยผลักดันจากภายใน	ไม่มีอิทธิพล	Multiple Regression
ปัจจัยดึงดูดจากภายนอก	ไม่มีอิทธิพล	Multiple Regression
ปัจจัยอุปสรรคทางการท่องเที่ยว	มีอิทธิพล	Multiple Regression
ตัวแปรตามด้านพฤติกรรมการบอกต่อ		
ปัจจัยผลักดันจากภายใน	ไม่มีอิทธิพล	Multiple Regression
ปัจจัยดึงดูดจากภายนอก	มีอิทธิพล	Multiple Regression
ปัจจัยอุปสรรคทางการท่องเที่ยว	มีอิทธิพล	Multiple Regression

อิทธิพลจากแรงจูงใจต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าแรงจูงใจด้านแรงผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายในทุกด้านไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำและการบอกต่อ เนื่องจากพฤติกรรมด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำและการบอกต่อเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ สถานที่ท่องเที่ยวหรือผู้คน จึงทำให้เกิดความต้องการในการกลับมาเที่ยวซ้ำและบอกต่อข้อมูลที่เคยได้ไปท่องเที่ยวมาให้แก่คนรอบข้าง (Chi, 2011) แรงจูงใจด้านแรงผลักดันทางการท่องเที่ยวจากภายในเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความต้องการภายในของผู้คนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการต่างๆ จึงอาจไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดผลต่อพฤติกรรมเชิงการเที่ยวซ้ำและบอกต่อได้

ในส่วนของแรงจูงใจด้านแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวจากภายนอกนั้น ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านการกลับมาเที่ยวซ้ำ เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้มีการศึกษาปัจจัยดึงดูดจากภายนอกเพียง 4 ด้านเท่านั้น อันได้แก่สถานที่ท่องเที่ยว สาธารณูปโภค ความปลอดภัย และการตลาด ที่อาจไม่ครอบคลุมแรงจูงใจภายนอกด้านอื่นที่มีความสำคัญ เช่น ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และค่าครองชีพในแต่ละพื้นที่ เช่นเดียวกับการศึกษาของ D.-Y. Kim, Lehto, and Morrison (2007) ที่ระบุว่าปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายหรือค่าครองชีพในแต่ละพื้นที่มีผลต่อการที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ หรือไม่ ทั้งนี้ประเทศไทยและกรุงเทพมหานครถือได้ว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่มีค่าครองชีพต่ำ นักท่องเที่ยวใช้เงินสามารถใช้จ่ายจำนวนไม่มากในการท่องเที่ยว (บีบีซีไทย, 2560) ส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวมีกำลังทรัพย์เพียงพอที่จะท่องเที่ยวในระยะเวลาที่ยาวนาน นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่างๆ ได้อย่างครบถ้วนตั้งแต่การมาเที่ยวครั้งแรก และเมื่อนักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากพอแล้ว ย่อมทำให้ไม่เกิดโอกาสในการใช้หรือทำสิ่งนั้นซ้ำ (Assael, 1984) อย่างไรก็ตามกลับพบว่าแรงจูงใจนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบอกต่อ ซึ่งอาจเป็นผลจากการที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพังและเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเพศหญิงเท่านั้น พิจารณาถึงความปลอดภัยของจุดหมายทางเป็นประการแรก (Foo, 1999) ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวเหล่านี้เจอกับจุดหมายปลายทางที่มีความปลอดภัย ย่อมต้องการบอกต่อแก่นักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพังและเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเพศหญิงเท่านั้น คนอื่น และการที่นักท่องเที่ยวได้ประเมินว่ากรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางที่ปลอดภัย ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมด้านการบอกต่อ



อิทธิพลจากอุปสรรคการท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ในด้านของปัจจัยอุปสรรคทางการท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีด้านอุปสรรคภายในในระดับน้อยที่สุด ซึ่งอาจเป็นผลมาจากกลุ่มตัวอย่างที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวหรือพร้อมกับเพื่อนเพศหญิงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความกล้า ปราศจากความกลัวในสิ่งที่ตัวเองยังไม่เชี่ยวชาญ และไม่กลัวกับสิ่งที่ไม่คุ้นเคย (McNamara & Prideaux, 2010) ในด้านอุปสรรคระหว่างบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอุปสรรคในด้านนี้ในระดับน้อยที่สุดเช่นเดียวกัน โดยพบว่าความคิดเห็นของคนรอบข้าง ทั้งคนรัก ครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก ไม่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวตามลำพังหรือเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยวเพศหญิงเท่านั้น และในด้านอุปสรรคอื่นๆ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอุปสรรคในด้านนี้ในระดับน้อยที่สุด ทำให้ทราบได้ว่า ปัญหาที่เกิดจากภายนอกทั้งในด้านการไม่มีเวลาว่างสำหรับการท่องเที่ยว ด้านการไม่มีเงินพอสำหรับการท่องเที่ยว และด้านความเชื่อว่ากรุงเทพมหานครมีสภาพลักษณะที่ไม่ปลอดภัยไม่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวโดยลำพังหรือเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับนักท่องเที่ยวเพศหญิง

ทั้งนี้ยังพบว่าอุปสรรคในทุกๆ ด้านมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว การมีอุปสรรคทางการท่องเที่ยวที่มากขึ้นหรือน้อยลงทำให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แปรเปลี่ยนไป ทั้งในเรื่องของ ระยะเวลาการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ และการนำข้อมูลการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครไปบอกต่อ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gilbert and Hudson (2000) ที่ได้ทำการศึกษาอุปสรรคทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว พบว่าความกังวลของนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีผลต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ทั้งในด้านการเลือกที่พัก การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และการบอกต่อ มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย เนื่องจากนักท่องเที่ยวเพศหญิงมีความเสี่ยงทางด้านอาชญากรรมและสรีระที่บอบบางมากกว่าเพศชาย

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยเน้นย้ำความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เป็นจุดศูนย์กลางที่สามารถท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทุกประเภทในทีเดียว เป็นจุดหมายปลายทางที่พร้อมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวบันเทิงนันทนาการ และมีความพร้อมในเรื่องการแพทย์และสปา



เนื่องจากนักท่องเที่ยวเพศหญิงเห็นว่ากรุงเทพมหานคร เป็นจุดหมายปลายทางที่กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเลือกมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ควรทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ที่มีลักษณะในการเขียนแบ่งปันประสบการณ์ในเว็บพอร์ตสาธารณะ และ Facebook ที่ซึ่งเป็นสื่อกลางที่นักท่องเที่ยวมักเสาะหาข้อมูลทางการท่องเที่ยว

2. หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรลดข้อจำกัดระหว่างบุคคลโดยการสร้างค่านิยมผ่านทางการประชาสัมพันธ์ว่าการท่องเที่ยวเพียงลำพังนั้นเป็นสิ่งที่ควรค่าในการทำ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อค้นหาตนเองที่น่าสนใจ เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่ไม่ผิดแปลกและเสี่ยงอันตราย ทั้งนี้การสร้างมาตรการเรื่องความปลอดภัยยังเป็นอีกหนึ่งข้อสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความเชื่อมั่นและเลือกกรุงเทพมหานครเป็นจุดหมายปลายทางมากขึ้น โดยสามารถสร้างความเชื่อมั่นผ่านการสร้างนโยบายดูแลความปลอดภัยที่เฉพาะเจาะจงสำหรับนักท่องเที่ยวเพศหญิง เช่นมาตรการเฝ้าระวังการคุกคามทางเพศ การก่ออาชญากรรม และการล่อลวง การประชาสัมพันธ์ตามรูปแบบข้างต้นจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากผลวิจัยในด้านอุปสรรคทางการท่องเที่ยวที่ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านนี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การลดอุปสรรคทางการท่องเที่ยวดังกล่าวจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง

3. ผู้ประกอบการควรสร้างสินค้าและบริการที่มีบรรยากาศและการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์ มีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเหล่านี้เข้าไปท่องเที่ยวและใช้บริการ เพราะผลจากการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวเหล่านี้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อค้นหาตนเอง ซึ่งอาจมีพฤติกรรมในการเก็บเกี่ยวบรรยากาศทางการท่องเที่ยวมากกว่าการซื้อปัจจัย

4. ผู้ประกอบการควรมีการจัดการส่งเสริมการขายหรือโปรโมชั่น เช่นโปรโมชั่นลดราคาที่พักให้แก่นักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางร่วมกันมากกว่า 3 คนขึ้นไป หรือการเสนอขายห้องพักพร้อมกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อเป็นการดึงดูดใจและกระตุ้นให้เกิดการซื้อและการบริการมากยิ่งขึ้น เนื่องจากตามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวไม่มากนัก เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา

5. ผู้ประกอบการด้านบริษัทนำเที่ยวควรนำเสนอโปรแกรมการเดินทางที่มีระยะยาว และครบถ้วนทั้งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงนันทนาการ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชื่นชอบ น่าจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดี เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมีระยะเวลาการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครที่ยาวนาน (เฉลี่ย 9 วัน) นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังไม่เคยเดินทางมายังกรุงเทพมหานครมาก่อน อาจยังไม่มีข้อมูลการท่องเที่ยวในเชิงลึก การเสนอกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวย่อมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวต้องการ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพังและนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนร่วมทางเพศหญิงเท่านั้นในด้านอื่นๆ นอกเหนือจากปัจจัยทั้ง 5 ด้านที่ผู้วิจัยได้ศึกษาไปแล้ว เช่น องค์ประกอบของจุดหมายปลายทาง และปัจจัยทางการตลาด เป็นต้น
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเพศหญิงที่เดินทางท่องเที่ยวเพียงลำพังและนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนร่วมทางเพศหญิงเท่านั้น ในด้านความคาดหวังในการเดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และการรับรู้หลังจากการท่องเที่ยว เพื่อนำไปใช้ในการปรับปรุงมาตรการการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาเชิงลึกในด้านอุปสรรคทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ เนื่องจากผลจากการวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว จึงควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาอุปสรรคทางการท่องเที่ยวต่างๆ ให้ความรู้ และศึกษาเพิ่มเติมว่าปัจจัยข้างต้นมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงบวกหรือเชิงลบ

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2557. สถิตินักท่องเที่ยว. Retrieved 1 ตุลาคม <http://www.tourism-review.com/travel-tourism-magazine-archive>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2558. เรื่องมหัศจรรย์ของผู้หญิง. Retrieved from TAT Travel website: <http://www.etatjournal.com/web/menu-read-tat/menu-2015/menu-32015/668-32015-wonder-of-woman>



- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2559. **Womensjourney Thailand**. Retrieved 1 ตุลาคม 2559 <http://womensjourney.tourismthailand.org/>
- ชวัลนุช อุทยาน. 2552. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. Retrieved 20 ตุลาคม, 2559, from <https://touristbehaviour.wordpress.com/>
- เบญญาภา อยู่โพธิ์ทอง. 2559. **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเกี่ยวกับอาหารไทยริมบาทวิถีกรุงเทพมหานคร**. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เลิศพร ภาระสกุล. 2556. **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุณี ลอมเศรษฐี. 2554. **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเลือกใช้บริการที่พักในเขตกรุงเทพมหานคร**. (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Assael, H. 1984. **Consumer behavior and marketing action**: Kent Pub. Co.
- Bianchi, C. 2016. **Solo holiday travellers: Motivators and drivers of satisfaction and dissatisfaction**. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 197-208.
- Chi, C. G.-q. 2011. **Destination loyalty formation and travelers' demographic characteristics: A multiple group analysis approach**. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 35(2), 191-212.
- Chiang, C.-Y., & Jogaratnam, G. 2006. **Why do women travel solo for purposes of leisure?** *Journal of Vacation Marketing*, 12(1), 59-70.
- Crawford, D. W., & Godbey, G. (1987). **Reconceptualizing barriers to family leisure**. *Leisure Sciences*, 9(2), 119-127.
- Crime Prevention Tips. (2016). **Are You a Crime Victim?**. Retrieved 1 ตุลาคม 2559 from <http://crimepreventiontips.org/>
- Crompton, J. L., & McKay, S. L. (1997). **Motives of visitors attending festival events**. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439.
- Foo, L. M. (1999). **International solo travellers to Australia**. Bureau of Tourism Research Report, 1(2), 1-5.
- Gilbert, D., & Hudson, S. (2000). **Tourism demand constraints: A skiing participation**. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 906-925.
- Harvard Business Review. (2016). **Make Better Decisions**. Retrieved October 1, 2016, from <https://hbr.org/ideacast/2016/05/make-better-decisions.html>
- Henderson, K. A., Bialeschki, M. D., Shaw, S. M., & Freysinger, V. J. (1989). **A leisure of one's own: A feminist perspective on women's leisure**: Venture Publishing Inc.



- Jackson, E. L. (1988). **Leisure constraints: A survey of past research**. *Leisure Sciences*, 10(3), 203-215.
- Jordan, F., & Aitchison, C. (2008). **Tourism and the sexualisation of the gaze: Solo female tourists' experiences of gendered power, surveillance and embodiment**. *Leisure Studies*, 27(3), 329-349.
- Kurashima, T., Iwata, T., Irie, G., & Fujimura, K. (2010). **Travel route recommendation using geotags in photo sharing sites**. Paper presented at the Proceedings of the 19th ACM international conference on Information and knowledge management.
- Leheny, D. (1995). **A political economy of Asian sex tourism**. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 367-384.
- McIntosh, R., Goeldner, C., & Ritchie, J. (1995). **Pleasure travel motivation**. *Tourism: principles, practices, philosophies* (Ed. 7), 167-190.
- McNamara, K. E., & Prideaux, B. (2010). **A typology of solo independent women travellers**. *International Journal of Tourism Research*, 12(3), 253-264.
- Meleddu, M., Paci, R., & Pulina, M. (2015). **Repeated behaviour and destination loyalty**. *Tourism management*, 50, 159-171.
- Raymore, L., Godbey, G., Crawford, D., & Von Eye, A. (1993). **Nature and process of leisure constraints: An empirical test**. *Leisure Sciences*, 15(2), 99-113.
- Sovadinova, M. (2008). **WHat? WOMeN travel? Tourism Review Online Magazine**, (3), 15-25. <http://www.tourism-review.com/travel-tourism-magazine-archive>
- Trip Advisor Public Relations. (2015). **Rise in Solo Travel Amongst Southeast Asian Women**. Retrieved October 1, 2016, from <http://prweb.tripadvisor.com/index.php?option=com>
- Wilson, E., & Harris, C. (2006). **Meaningful travel: Women, independent travel and the search for self and meaning**. *Turizam: znanstveno-stručni časopis*, 54(2), 161-172.



คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

1. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติหรือ Journal of International Thai Tourism (JITT) เป็นวารสารรายไตรมาส ครอบคลุมทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
2. เรื่องที่จะส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องเป็นงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ และการพัฒนาการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
3. บทความเป็นประเภทบทความวิจัย (research article) บทความวิชาการ (journal article) รวมถึงบทความปริทัศน์ (review article) บทวิจารณ์หนังสือ (book review) และบทวิจารณ์บทความ (article review)
4. บทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ จะได้รับการประเมินจากกองบรรณาธิการและผู้ประเมินบทความ 1-2 คน ผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นสิ้นสุด
5. บทความต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และต้องไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น
6. บทความต้องมีย่อประกอบ ได้แก่ ชื่อเรื่อง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ชื่อผู้เขียนทุกคน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทคัดย่อ ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ความยาวไม่น้อยกว่า 150 คำ และไม่เกิน 250 คำและคำสำคัญ (keywords) จำนวน 3-5 คำ พร้อมระบุตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) คุณวุฒิสูงสุด และสถานที่ทำงานของผู้เขียนทุกคน
7. ต้นฉบับต้องพิมพ์บนกระดาษ A4 แบบหน้าเดียว ความยาวไม่เกิน 25 หน้า
8. ต้นฉบับ 2 ชุด ส่งให้หัวหน้ากองบรรณาธิการวารสารทางไปรษณีย์ หรือส่งเป็นไฟล์ข้อมูล PDF หรือ MS-Word พร้อมแบบฟอร์มการเสนอบทความผ่านทางอีเมล jitt.nits@gmail.com
9. การเขียนเอกสารอ้างอิงให้ใช้การอ้างอิงตามคำแนะนำการเขียนเอกสารอ้างอิง และบรรณานุกรม

สถานที่ติดต่อ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ
คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
โทรศัพท์ 02-727-3678
โทรสาร 02-375-4222
Email: jitt.nits@gmail.com
<http://gstn.nida.ac.th/jitt>



การจัดรูปแบบบทความสำหรับวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

1. การจัดหน้า ขนาด A4 ให้ห่างจากขอบซ้ายและขอบขวา 2.5 ซม. ขอบบน 2.5 ซม. ขอบล่าง 2 ซม. ระยะบรรทัด ห่าง 19P
2. ชื่อเรื่อง บทความภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 21P ตัวหนา บทความภาษาไทยให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 23P ตัวหนาและจัดให้อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษและห่างจากขอบบน 4.5 ซม. (ระยะบรรทัดห่าง 22P)
3. ชื่อผู้เขียนบทความ เว้น 1 ระยะบรรทัด (ระยะบรรทัดห่าง 22P) จากชื่อเรื่องในหน้าแรก ชิดขอบขวา และมี * ต่อท้ายชื่อ-นามสกุลเฉพาะหน้าแรก ภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 16 ตัวหนา ภาษาไทยให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 16 ตัวหนา
4. บทคัดย่อ ABSTRACT (ประมาณ 1/2 หน้า แต่ไม่เกิน 3 ใน 4 หน้า) ภาษาไทยใช้ Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 18P ภาษาอังกฤษใช้ Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 18P โดยห่างจากชื่อผู้เขียน 1 ระยะบรรทัด ส่วนเนื้อหา (19p) รายละเอียดให้ห่างจากคำบทคัดย่อ 1 ระยะบรรทัด (20p)
5. หัวข้อบทความ จัดให้อยู่ชิดซ้าย ภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 18P ตัวหนา ภาษาไทยให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 18P ตัวหนา
6. บรรทัดเนื้อหา รายละเอียด บรรทัดแรกให้ห่างจากหัวข้อ 1 บรรทัดพิมพ์ แต่การพิมพ์เนื้อหาทั่วไป บทความ ภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวปกติ และการเว้นระยะการพิมพ์ให้ใช้ระบบ 1 (ระยะบรรทัดห่าง 19P) สำหรับบทความภาษาไทยให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวปกติ ย่อหน้าของบทความ เคาะวรรค 5 ตัวอักษร
7. ตารางหรือกราฟ ถ้ามีตารางหรือกราฟ ให้พิมพ์คำว่า Table 1 หรือ Figure 1 ด้วยตัวพิมพ์หนา เว้น 1 ตัวอักษร แล้วจึงพิมพ์ชื่อตาราง ส่วนชื่อให้พิมพ์ด้วยตัวปกติขนาด 16p ส่วนรายละเอียดของตารางและรูป ดูตามความเหมาะสม โดยถ้ามีหมายเหตุและแหล่งที่มาให้พิมพ์ที่ท้ายตาราง
8. Footnote พิมพ์ต่อท้าย Paper ระยะบรรทัดห่าง 12P ภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK-Regular ขนาด 12P ตัวปกติ สำหรับบทความภาษาไทยให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK-Regular ขนาด 12P ตัวปกติ
9. บรรณานุกรม จัดทำตามระบบ APA ใช้ Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 18 ตัวหนา ชิดซ้ายอยู่หน้าสุดท้าย ของบทความ โดยชื่อเรียงลำดับอักษร ภาษาไทยก่อนภาษาอังกฤษ บรรทัดแรกชิดซ้าย บรรทัดต่อไป TAB 0.5 ซม. เนื้อหารายละเอียด ใช้ Font : TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวปกติ ระยะบรรทัด 19p



ประกาศจริยธรรมในการเผยแพร่ข้อมูลวิชาการ

1. บทความวิจัยและบทความวิชาการทุกเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารพัฒนบริหารศาสตร์ เป็นบทความที่ได้รับการตรวจอ่านประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จากภายในและภายนอกสถาบันอย่างน้อย 2 ราย
2. เนื้อหาบทความ ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบ ที่ลงตีพิมพ์ในวารสารนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่มีส่วนร่วมรับผิดชอบ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว
3. บทความจะต้องไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น หากตรวจสอบพบว่าการตีพิมพ์ซ้ำซ้อน ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียวในการละเมิดลิขสิทธิ์
4. บทความใดที่ผู้อ่านเห็นว่าได้มีการลอกเลียนหรือแอบอ้างโดยปราศจากการอ้างอิง หรือทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นผลงานของผู้เขียนที่ถือว่าการโจรกรรมทางวิชาการ (Plagiarism) กรุณาแจ้งกองบรรณาธิการ
5. บทความจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสัตว์ทดลอง กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์รับพิจารณาเฉพาะงานวิจัยที่ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และสัตว์ทดลองเท่านั้น โดยขอให้ผู้ส่งบทความ แนบหลักฐานการรับรองจากคณะกรรมการดังกล่าวพร้อมบทความ





คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

สถาบันการศึกษาชั้นสูงของรัฐตั้งขึ้นตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

สร้างนักบริหารการท่องเที่ยว การโรงแรมและการบริการแห่งอนาคต



หลักสูตรปริญญาดุขฎิบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
และบริการแบบบูรณาการ
(หลักสูตรภาษาไทย)

หลักสูตร
ปริญญาเอก



จุดเด่นของคณะ

- เป็นบัณฑิตวิทยาลัยเฉพาะทางแห่งแรกของประเทศ
- มีคณาจารย์จบปริญญาเอก 100% และมีตำแหน่งทางวิชาการด้านการท่องเที่ยวและบริการสูงสุดของประเทศ
- มีเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและองค์กรทั้งในและต่างประเทศ
- มีสภาพแวดล้อมที่พร้อมและทันสมัยต่อการเรียนรู้
- มีการยอมรับนักศึกษาที่จบจากหลักสูตรอย่างกว้างขวางทั้งในองค์กรภาครัฐและภาคเอกชน ส่งผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพการงาน

แบบเรียนของหลักสูตร

- **เน้นการวิจัย** ทำวิทยานิพนธ์ไม่น้อยกว่า 48 หน่วยกิต และรายวิชาเพิ่มเติมโดยไม่มีหน่วยกิต
- **เน้นการวิจัยและการศึกษารายวิชาเพิ่มเติม** วิทยานิพนธ์ไม่น้อยกว่า 36 หน่วยกิต และรายวิชาไม่น้อยกว่า 21 หน่วยกิต
- **ปริญญาโทควบเอก** วิทยานิพนธ์ไม่น้อยกว่า 48 หน่วยกิต และรายวิชาไม่น้อยกว่า 27 หน่วยกิต

คุณสมบัติของผู้สมัคร

- ผู้สมัครต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทในสาขาที่เกี่ยวข้องจากสถาบันที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา
- มีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

หลักฐานการสมัคร

1. ผลสอบ TOEFL หรือ TOEFL CBT (Computer) หรือ IELTS ตามที่สถาบันกำหนด
2. สำเนาปริญญาบัตรปริญญาตรี 2 ฉบับ และปริญญาโท 2 ฉบับ
3. สำเนาใบแสดงผลการเรียน (Transcript) -ของปริญญาตรี 2 ฉบับ และปริญญาโท 2 ฉบับ
4. รูปถ่าย ขนาด 1 นิ้ว จำนวน 2 รูป (ถ่ายมาแล้วไม่เกิน 6 เดือน)
5. สำเนาบัตรประชาชน จำนวน 2 ชุด
6. หนังสือรับรองผู้สมัครคัดเลือกเข้าเป็นนักศึกษา จำนวน 3 ฉบับ
7. ข้อเสนอโครงร่างวิทยานิพนธ์ตามแบบฟอร์มของสถาบันฯ



คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

118 หมู่ที่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทรศัพท์ : 0-2727-3671-3 091-3011103 (คุณสรสิทธิ์) โทรสาร : 0-2375-4222

Website : www.tour.nida.ac.th Email : sorasi.t@nida.ac.th



คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

สถาบันการศึกษาชั้นสูงของรัฐตั้งขึ้นตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

สร้างนักบริหารการท่องเที่ยว การโรงแรมและการบริการแห่งอนาคต



หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว และบริการแบบบูรณาการ (หลักสูตรภาษาไทย)

ภาคปกติ (จันทร์ - ศุกร์), ภาคพิเศษ (เสาร์ - อาทิตย์)



แผนการเรียนรู้

1. แผนวิจัยอย่างเดียว
2. แผนการเรียนรู้
การสอนและวิจัย

ทุนการศึกษา
สำหรับผู้สนใจ

คุณสมบัติของผู้สมัคร

- เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่าในสาขาที่เกี่ยวข้อง จากสถาบันการศึกษาที่ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
- สำหรับแผนวิจัย ต้องมีความรู้พื้นฐานด้านการวิจัยในระดับดี

ความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง

1. สาขาวิชาเอกนโยบาย การวางแผนและการจัดการ
การท่องเที่ยวและบริการแบบบูรณาการ
2. สาขาวิชาเอกการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวและ
บริการแบบบูรณาการ
3. สาขาวิชาเอกการจัดการธุรกิจโรงแรม
4. สาขาวิชาเอกการจัดการธุรกิจการบินและการขนส่ง
5. สาขาวิชาเอกการจัดการธุรกิจบริการ

หลักฐานการสมัคร

1. สำเนาปริญญาบัตรหรือใบรับรองการสำเร็จการศึกษา 1 ฉบับ
2. สำเนาใบแสดงผลการเรียนรู้ (Transcript) 1 ฉบับ
3. รูปถ่าย ขนาด 1 นิ้ว จำนวน 1 รูป (ถ่ายมาแล้วไม่เกิน 6 เดือน)
4. สำเนาบัตรประชาชน จำนวน 1 ชุด
5. หนังสือรับรองผู้สมัครคัดเลือกเข้าเป็นนักศึกษา จำนวน 2 ฉบับ



คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
118 หมู่ที่ 3 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240
โทรศัพท์ : 0-2727-3671-3 091-3011103 (คุณสรสิทธิ์) โทรสาร : 0-2375-4222
Website : www.tour.nida.ac.th Email : sorasit.t@nida.ac.th

หลักสูตร
ปริญญาโท

