

## บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์เชิงพื้นที่สำหรับการศึกษารอบการเชื่อมโยงที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบการกับชุมชน และวิเคราะห์แนวทางในการเพิ่มศักยภาพชุมชนเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้จากการขายสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งนำเสนอการพัฒนาผู้ประกอบการสำหรับการกระจายรายได้จากซื้อสินค้าบริการจากการท่องเที่ยวนำมาสู่การพัฒนาชุมชนให้สามารถยกระดับตัวเองไปสู่การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว รวมไปถึงวิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชุมชน ศึกษาด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท และร้านอาหาร ในจังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดรอง รวม 9 จังหวัดทุกภูมิภาคทั่วประเทศ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ประกอบธุรกิจในรูปแบบเจ้าของคนเดียว กิจการครอบครัว หรือธุรกิจรวมหุ้นกับคนนอกพื้นที่ ลูกจ้างส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ที่สำเร็จการศึกษาสายอาชีวศึกษา อย่างไรก็ตาม หากแรงงานขาดแคลนผู้ประกอบการใช้วิธีจ้างแรงงานต่างด้าว การซื้อสินค้าประเภทของสดและของแห้งเพื่อการประกอบอาหารจะซื้อจากคนในพื้นที่ที่นำมาเสนอขายที่โรงแรมฯ หรือร้านอาหาร แต่ซื้อสินค้าสิ้นเปลืองจากห้างสรรพสินค้า ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ หรือจากบริษัท supplier เพราะเหตุผลด้านต้นทุนและความสะดวก สำหรับร้านขายของที่ระลึกในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวบางส่วนรับสินค้าจากนอกพื้นที่และสินค้าจากต่างประเทศมาขายให้กับนักท่องเที่ยว โดยกิจการท่องเที่ยวได้เอื้อประโยชน์ให้กับคนในพื้นที่ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ในลักษณะการพึ่งพาอาศัยกัน ปัญหาสำคัญของการค้าขายสินค้าในพื้นที่ คือสินค้าที่ผลิตในพื้นที่ไม่มีความแตกต่างจากสินค้าในที่อื่น ๆ และไม่สามารถควบคุมปริมาณ คุณภาพของสินค้าให้คงที่ได้ ในบางพื้นที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเฉพาะวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยในวันธรรมดานั้นคนในพื้นที่จะไปประกอบอาชีพอื่น อย่างไรก็ตาม ไม่พบความชัดเจนเกี่ยวกับมาตรการของรัฐที่เอื้อต่อการกระจายรายได้ให้กับชุมชนโดยการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อน

รูปแบบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมโอกาสในการกระจายรายได้ โดยการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ลักษณะเต็มรูปแบบมีผลโดยตรงต่อการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ดังนั้น ภาครัฐควรตระหนักและส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการให้ความรู้แก่ชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) พร้อมทั้งสนับสนุนและศึกษาวิจัยเพื่อการผลิตของในพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์และนำนวัตกรรมการเพิ่มมูลค่าและการตลาดเข้ามาช่วย ตลอดจนออกมาตรการการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ประกอบการที่ผูกกับสัดส่วนการจ้างงานคนในพื้นที่พร้อมทั้งรับรองมาตรฐานอาชีพกับคนในชุมชนที่ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การใช้จ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพของการบริการที่ไม่ใช่การแข่งขันทางราคา และควรคำนึงถึงจุดแข็งและทิศทางการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย

## Abstract

This research aims to study to find appropriate linkages between tourism enterprises and local communities. The study utilizes area research to analyze how tourism enterprises and communities can promote income distribution, utilizing income received from goods and services from tourism industry. The research aims to recommend tourism enterprises to develop income distributing channels to local stakeholders in order to draw benefits from tourism goods and services. It also analyzes and provides a model for creating linkages between tourism operators and communities for better income distribution. The recommendations are provided for communities and policymakers. The study was conducted by in-depth interviews with administrators and owners of hotels, resorts, and restaurant in major tourist destinations and secondary provinces in 9 provinces throughout Thailand.

The study indicates that most entrepreneurs were people in local business area or businessmen with from outside the area with some partnership with people in the area. Most of the employees graduated from vocational education. However, in the case where the labor force was a shortage, the operators employed foreign workers. Fresh and dried products for cooking were bought from local market or contracted with local people who offered their products to the hotels or restaurants. Besides, other consumables were bought from the supermarkets, the retailers, or the suppliers for cost and convenience reasons. In addition, some local souvenir shops picked up goods from outside the area or goods from abroad to sell to tourists. Tourism provided benefits to the community, which increased income. An important finding regarding the products in the studied areas is that not only the products were not different from those sold in other areas, but also the quantity and quality of goods from the area could not be controlled. In some areas, travel services were available only on Saturdays, Sundays, and public holidays. As a result, local people would do other works on weekdays. However, there was still not a clear indication whether the state measures provided from taxes promoted better income distribution to the community.

We found that in promoting tourism linkages for better income distribution, the community-based tourism (CBT) had a direct effect at the full distribution of tourism revenue. The government should recognize and promote community-based tourism policies that focus on educating local actors regarding the community on community-based tourism (CBT) benefits and procedures. The government should also support local actors by provide researches on how to make value added benefits and strengthen marketing innovations to

help produce and promote local products in a unique way. The government should give tax reduction to owners of hotels and restaurants that have a high proportion of local employees. Occupational accreditation should be given to local people who work in tourism. In addition, when designing the government spending on tourism, the government should take into account the direction of tourism development that the aim should be to enhance the quality of tourism, not the focus on low-cost competitiveness.