รวมบทความ

วารสารวิชาการ การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

ปี พ.ศ.2550

Annual of International Thai Tourism Journal 2007

www.ttresearch.org

ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง

บรรณาธิการ

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

รวมบทความ

วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปี พ.ศ.2550

Annual of International Thai Tourism Journal 2007
www.ttresearch.org

ISBN	:	978-974-06-7665-2
ผู้เขียน	:	สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย
พิมพ์ครั้งที่ 1	:	พฤษภาคม 2551
พิมพ์ครั้งที่ 2	:	มีนาคม 2552
ผู้จัดพิมพ์	:	สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ชั้น 14 อาคารเอส เอ็ม ทาวเวอร์ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400 โทรศัพท์ : 0-2298-0455 โทรสาร : 0-2298-0454 มือถือ : 089-7765522 Website : www.trf.or.th
บรรณาธิการ	:	ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง
ประจำกองบรรณาธิการ	:	ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์ พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม พงษ์พันธุ์ พุทธิวิศิษฏ์ ภาณุวัฒน์ นฤตย์ศาสตร์
เอื้อเฟื้อภาพปก	:	ภควัน เนตรพินทุ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ออกแบบและ ศิลปกรรม	:	บริษัท ซีโน พับลิชชิ่ง (ประเทศไทย) จำกัด โทรศัพท์ : 0 2938 3306 - 8 โทรสาร : 0 2938 0188
		ราคา 500 บาท

คำนำ

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยในปัจจุบันทำให้สภาพการดำรงชีวิตของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไป ไม่เว้นแต่การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เนื่องจากสภาวการณ์และความเป็นอยู่ที่ต้องเร่งรีบอยู่ตลอดเวลา ในขณะเดียวกันพบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มที่ปรารถนาการเดินทางเพื่อการพักผ่อนระยะยาวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทั่วโลกนั้นกลับมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยมีพฤติกรรมและรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเริ่มเกิดความเคยชินกับรูปแบบการท่องเที่ยวรูปแบบเดิมๆ และไม่ต้องการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีขายซ้ำๆ กันในบริษัททัวร์ แต่กลับชอบการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และหาประสบการณ์ที่หลากหลาย พร้อมกับหวนหาการท่องเที่ยวที่สามารถสัมผัสได้ด้วยความรู้สึกและทำให้เกิดการพักผ่อนได้อย่างแท้จริง (Hi-Tech to Hi-Touch) ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่ย้อนกลับสู่วิถีชีวิตอันดั้งเดิมและเน้นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้มากยิ่งขึ้น

เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมและยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จึงทำการรวบรวมบทความที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวและการโรงแรม ซึ่งเป็นการบูรณาการองค์ความรู้ในด้านต่างๆ ที่สามารถนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยเผยแพร่บทความดังกล่าวผ่านทางเว็บไซต์ www.ttresearch.org และจัดพิมพ์เป็นหนังสือรวบบทความวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ (Annual of International Thai Tourism Journal) ประจำปี โดยทุกบทความที่ถูกนำมาเผยแพร่จะได้รับการพิจารณาคัดเลือกและควบคุมคุณภาพเพื่อให้เป็นที่น่าเชื่อถือและเหมาะสมต่อการเผยแพร่จากคณะกรรมการพิจารณาบทความ ที่แต่งตั้งโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ขอขอบพระคุณคณะกรรมการพิจารณาบทความ (Peer Review) ทุกท่าน ที่ได้โปรดเสียสละเวลาอันมีค่ายิ่งในการพิจารณาบทความวิชาการและบทความวิจัยในหนังสือเล่มนี้ และขอขอบพระคุณเจ้าของบทความทุกท่าน ที่ร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานอันมีคุณค่าในการร่วมกันส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่ความยั่งยืน

(ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง)
Ph.D (Tourism Planning and Management),
M.Soc.Sc. (Distinction) (Tourism Policy and Management),
BA. (English)
บรรณาธิการวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ
สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย
สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สารบัญ

หน้า

1 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ นครคุนหมิง มณฑลยูนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน
โดย สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย 11

2 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย
โดย ประภาพร พนมไพร / วาสนา ทิพย์ศรี และราเชนทร์ ชูศรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย 23

3 การศึกษาเอกลักษณ์ชนเผ่าไทยแสกแถบลุ่มแม่น้ำโขง เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนเพื่อการท่องเที่ยว กรณีศึกษา : บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
โดย พณิฐา ยงพิทยาพงศ์ / วีระศักดิ์ จุลดาลัย และภาวดี พันธรักษ์
มหาวิทยาลัยนครพนม 38

4 แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย
โดย วิชร นันต๊ะยานา / รณิดา ปิงเมือง / วัลทนา ภู่มา และไพรัช โรงสะอาด
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และบรรเจิด ภูสมศรี องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย 54

5 การศึกษาผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชนเผ่า จังหวัดเชียงรายกรณีศึกษา : เปรียบเทียบจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง
โดย รังสิต เงาแก้ว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย 68

6 กลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
โดย วิญญู วีรยางกูร / เปรมินทร์ บัวบาน / ณัฐวุฒิ บุญศรี และสัญญา ฉิมพิมล
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต 83

7 มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
โดย รายาศิต เต็งกูสุลัยมาน สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ 92

8 การวิเคราะห์จุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจังหวัดพังงา
โดย เทิดชาย ช่วยบำรุง สำนักประสานงานการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน 99

10 ศักยภาพ บทบาท และความต้องการของภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงราย ในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด
โดย วิรุณสิริ ใจมา และอัครเรศ รักสุริยา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย 109

11 ศักยภาพและความพร้อมการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย
โดย ยุพิน หมีใจเจริญ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา 119

12 ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย
โดย บุษบา สิทธิการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง 130
13 การวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้
โดย ปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ / สาธิต ผลเจริญ และกมลรัตน์ สมใจ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ 140
14 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
โดย พิสมัย ประชานันท / นวมินทร์ ประชานันท์ / อรรถกร จัตุกูล และสุนันทา วีรกุลเทวัญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ 150
15 การพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทของประเทศไทย : การถ่ายทอดองค์ความรู้จากประสบการณ์ในประเทศฝรั่งเศส
โดย เพชรศรี นนท์ศิริ มหาวิทยาลัยนเรศวร 164
16 คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้
โดย จุรีพร จันทร์พาณิชย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ 183
17 ศึกษาศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้าง ในอีสานใต้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
โดย กฤษฎา พิณศรี / พนา จินดาศรี และอลงกต เพชรศรีสุก มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์ 192
18 AMAZING TRENDS AND ISSUES IN THAI TOURISM MARKETING : A SUSTAINABLE PATH TO SUFFICIENCY-BASED NATIONAL DEVELOPMENT
By Therdchai Choibamroong Thailand Tourism Development Research Institute (TRI), Bangkok, Thailand 205
19 การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวทางน้ำชุมชนริมคลอง เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร
โดย ประกอบศิริ ภักดีพินิจ มหาวิทยาลัยนเรศวรพะเยา 214
20 การศึกษากลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเขตอีสานตอนใต้
โดย ปรีชา ปาโนรัมย์ และขัตติยา ชัชวาลพาณิชย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ 232
21 การศึกษาแนวทางการจัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชน การท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้
โดย อัจฉรา หลาวทอง มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ 244
22 บทบาทของผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
โดย สำเนาว์ เสาวกูล / หทัยรัตน์ เสาวกูล / กิตติ มุลาลินน์ / สุพัฒน์ ซัยตั้งจิต /
ญาณัท หงษ์เต็งสกุล และธงชัย มุ่งเจริญพร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ 259
23 พฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศบนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด
โดย เจษฎา สุทธิอดุม / ปวีณา กุลประสูตร และอารีรัตน์ สุจิรปัญญา
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 276

24 การปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยกรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง
โดย วรางคณา อดิศรประเสริฐ / เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข / ปิยดา สมบัติวัฒนา และ สุวิชา โกมลทัต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 298
25 การศึกษากลไกและศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด
โดย พงระภี ศรีสวัสดิ์ / ประชุมพร รังสีวงศ์ และเจษฎาภรณ์ ยานุพรหม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ 309
26 การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้เพื่อการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ในเขตอีสานใต้
โดย สมหมาย ชินนาค / วัชรี ศรีคำ และเสริม ผลเพิ่ม มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี กาญจนา ชินนาค มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี 323
27 ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
โดย จิตตานันท์ ติกุล / สฤษดิ์ ศรีขาว / พิกุล ประดับศรี / จุไรรัตน์ วิสัยดี และ สุวรรณี แพงตาวงษ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี 336
28 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้
ซุย กำลังงาม / สุทธิศักดิ์ แก้วแกมจันทร์ และนันท์นภัส อยู่ประยงค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์ 348
29 มาตรการทางกฎหมายเพื่อการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด
โดย เกียรติสกุล ชลคงคา / พนิดา บุญเกิด และยุพดี นามสุดโท มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ 360
30 โครงการศักยภาพด้านการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศของภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด
นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์ / ปิยากร หวังมหาพร และกมลทิพย์ ศรีหาเศษ มหาวิทยาลัยศรีปทุม 376

บรรณาธิการที่ปรึกษา

ให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษาและกำหนดทิศทางการพัฒนาวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์
การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

คุณจริญญา เกียรติลัภนชัย	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ศ.ดร..จริยา บรอดแคลแมน	มหาวิทยาลัยมหิดล
รศ.ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงศ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คุณชนินทร์ โทณวณิก	สมาคมโรงแรมไทย
คุณเชวง ลักษณะวิลาส	สมาคมผู้ประกอบการนำเที่ยวไทย
ศ.ดร.ตรึงใจ บูรณสมภพ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ศ.ดร.ทวีป ศิริรัศมี	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รศ.มนัส ชัยสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
คุณมนูญ กาละพัฒน์	สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ
คุณมัสลิน สุขพัฒนานรากุล	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ
ศ.ดร.มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
คุณยุวดี นิรัญตระกูล	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
คุณรุ่งทิพ ว่องปฏิการ	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
คุณวิจิตร ณ ระนอง	สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
คุณวิไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ดร.สมประสงค์ โขมพัตร	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
คุณสำเริง ราเขต	ชมรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกาะยาวน้อย
ผศ.ดร.สุนันทา ฟาเบรอ	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

บรรณาธิการ

ประสานงานและบริหารวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ
ให้มีคุณภาพและมาตรฐาน

ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย

กองบรรณาธิการ

พิจารณาบทความตลอดจนให้คำแนะนำในการแก้ไขบทความ
เพื่อให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน

ผศ.ดร.กุลวรา สุวรรณพิมล	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
อาจารย์จารุวรรณ แก่นทิพย	วิทยาลัยบริหารธุรกิจและการท่องเที่ยว นครราชสีมา
อาจารย์ฉัตรแก้ว สิมารักษ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ดร.โฉมยง โต๊ะทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

ดร.ชมพูนุท โมราชาติ	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ดร.ชลลดา มงคลวนิช	มหาวิทยาลัยสยาม
อาจารย์ชวัลนุช วรคชิน	วิทยาลัยอาชีวศึกษาเชียงราย
อาจารย์ชัยวัฒน์ ตันติยมาศ	มหาวิทยาลัยรังสิต
ผศ.ดร.ชูกลิ่น อุนวิจิตร	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รศ.ร.อ.ชูวิทย์ สุจฉายา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ดร.ธงชัย สวัสดิสาร	มหาวิทยาลัยมหิดล
อาจารย์ธนวัฒน์ ขวัญบุญ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.นงค์นุช ศรีธนาอนันต์	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ผศ.นัยนา ทองศรีเกตุ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
ผศ.นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ดร.บุษยา วงษ์ชวลิตกุล	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
รศ.ประยูร ดาศรี	มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
อาจารย์ปาริสรา คงปัญญา	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ผศ.พัชริน ดำรงกิตติกุล	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
ผศ.ดร.ภาสกร จันทร์พยอม	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์เยี่ยมดาว ณรงคะชวนะ	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผศ.ดร.รัศมี ชูทรงเดช	มหาวิทยาลัยศิลปากร
อาจารย์ราณี อัมรินทร์รัตน์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รศ.ดร.ราณี อิสิชัยกุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
ดร.วรรณา มุสิก	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ดร.วรวินทุ์ สุวัณ ณ เขมรัฐ	สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่
ผศ.วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผศ.ดร.วีรพล ทองมา	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์วุฒิชาติ สุนทรสมัย	มหาวิทยลัยบูรพา
ผศ.สมพงษ์ บุญเลิศ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ผศ.สมยศ วัฒนากมลชัย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ดร.สินธุ์ สโรบล	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
ดร.สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ	มหาวิทยาลัยราชมงคลล้านนา เชียงราย
ดร.สุจิรา ประยูรพิทักษ์	มหาวิทยาลัยพายัพ
รศ.สุนีย์ เลี่ยวเพ็ญวงษ์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ดร.อำนาจ คอวนิช	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
ดร.อุทัยทิพย์ รักจรรยาบรรณ	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผศ.อุรวรรณ ไทยชมภู	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ผู้ทรงคุณวุฒิ มีวาระ 2 ปี และอาจแต่งตั้งอีกได้

ประกาศ ณ วันที่ 21 มีนาคม 2548

รวมบทความ
วารสารวิชาการ
การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ พ.ศ.2550
Annual of International Thai Tourism Journal 2007

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ นครคุนหมิง มณฑลยูนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

Behavior and Needs of Thai and Foreign Tourists in Kunming, The People' Republic of China

สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

Sirichom Pichedboonkiat
Rajamangala University of Technology Lanna Chiangrai

บทคัดย่อ

งานวิจัย เรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน 2) ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และ 3) ศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างนครคุนหมิงและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในนครคุนหมิง จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาความถี่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการศึกษา สรุปได้ดังนี้

1. ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิง นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยจะพิจารณาในภาพรวม โดยจะนำเสนอข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยก่อนและตามด้วยชาวต่างชาติพบว่า ส่วนใหญ่ทั้ง 2 กลุ่มเป็นนักท่องเที่ยวหญิง มีอายุระหว่าง 28-37 ปีและอายุ 48-57 ปี ซึ่งสมรสแล้ว ซึ่งมีอาชีพเป็นช่างฝีมือแรงงาน มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-29,999 บาท และ 50,000-69,999 บาทต่อเดือน โดยเดินทางไปนครคุนหมิงเป็นครั้งแรก ซึ่งเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไปพักผ่อน นิยมพักในโรงแรม มีระยะเวลาในการพักผ่อนอยู่ระหว่าง 2-4 วันและระหว่าง 5-7 วัน โดยทำการจองกับบริษัทนำเที่ยวเป็นการล่วงหน้า 3-4 สัปดาห์ สำหรับประเทศที่วางแผนจะเดินทางไปเที่ยวครั้งต่อไปหลังจากนครคุนหมิง คือ ฮ่องกงและไทย ส่วนค่าใช้จ่ายในระหว่าง 70,000-99,999 บาท และ ตั้งแต่160,000 บาท โดยใช้จ่ายไปเพื่อการซื้อของที่ระลึกเกี่ยวกับของพื้นเมือง

2. ด้านความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิงทั้งชาวไทยและชาวต่าง-

ประเทศ พบว่า มีความต้องการการท่องเที่ยวในนครคุนหมิง มณฑลยูนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ในภาพรวม อยู่ระดับมากและมากที่สุด ตามลำดับ คือ ควรมีมาตรฐานการอำนวยความสะดวกของสนามบิน การให้ข้อมูลข่าวสารต้องทันสมัยและรวดเร็ว และควรจัดอำนวยความสะดวกของโรงแรม ที่พัก ที่รวดเร็วและประทับใจ

3. การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันกับด้านอายุ ระดับรายได้ อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ความต้องการในการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันกับพิธีการเข้าเมือง มาตรฐานของการให้บริการของรถรับจ้าง มาตรฐานของแหล่งบันเทิงในยามราตรี มาตรฐานความสะดวกสบายและการให้บริการในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างนครคุนหมิงและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างนครคุนหมิงและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย แบ่งเส้นทางการท่องเที่ยวออกเป็น 3 เส้นทาง คือ

1. เส้นทางทางบก มี 2 เส้นทาง ดังนี้

เส้นทางบกที่ 1 ผ่าน จีน-พม่า-ไทย มี 2 เส้นทาง คือ

1.1 เส้นทาง นครคุนหมิง-สิบสองปันนา-เข้าพม่าที่เหมิ่งซ่ง (หลักกม. ที่ 240) ผ่านเมืองยอง (Mong Yawng) เมืองพะเยา (Mong Pahlyo) และท่าขี้เหล็กในพม่า เข้าไทยที่อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

1.2 เส้นทาง นครคุนหมิง-สิบสองปันนา (ต้าหลั่ว อ.เหมิ่งไห่)-เชียงตุง-ท่าขี้เหล็ก-แม่สาย โดยออกจากจีนที่ต้าหลั่วเข้าพม่าที่เมืองเชียงตุง ผ่านท่าขี้เหล็กในพม่า เข้าไทยที่อำเภอ แม่สาย จังหวัดเชียงราย

เส้นทางบกที่ 2 ผ่านจีน-ลาว-ไทย 1 เส้นทาง

2.1 เส้นทาง นครคุนหมิง-เชียงรุ่ง-บ่อเต็น-หลวงน้ำทา-ห้วยทราย-เชียงของ ออกจากจีนเข้าลาวที่บ่อหาน ผ่าน บ่อเต็น หลวงน้ำทา ห้วยทราย เข้าไทยที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

2. เส้นทางทางน้ำ

จุดเริ่มต้น คือ ท่าเรือเชียงรุ้ง(จีน)-ท่าเรือกวนเหล่ย (จีน)-ท่าเรือกวนเหล่ย ผ่านด่านหัวโขงลาว (แขวงหลวงน้ำทา)-ท่าเรือสบหลวย ผ่านตันสื่อลั่น-ท่าเรือเชียงกก (ลาว)-ท่าเรือเมืองมอม (ประเทศลาว)-ท่าเรือเชียงแสน (ไทย)

3. เส้นทางทางอากาศ

การพัฒนาเส้นทางทางอากาศ จังหวัดเชียงรายควรเพิ่มเส้นทางทางอากาศที่เดินทางออกจากจังหวัดเชียงรายไปนครคุนหมิงโดยตรง และไม่ต้องผ่านท่าอากาศยานกรุงเทพฯ หรือ ท่าอากาศยานเชียงใหม่ เนื่องจากการท่าอากาศยานนานาชาติที่มีความพร้อมมากกว่า

การท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ หรืออาคารรองรับผู้โดยสารที่มีขนาดใหญ่กว่าและมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยใช้เส้นทางทางอากาศมากกว่านักธุรกิจตลอดจนแหล่งท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องได้รับการพัฒนาให้เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวโดยตรงสู่นครคุนหมิงอย่างแท้จริง

Abstract

This research aimed to study; 1) the need and behavior of Thai and foreign tourists in Kunming, China, 2) the comparison of the needs and behaviors of tourists between Thais and foreign tourists toward tourism, and 3) the tourism strategies of Chiangrai province, Thailand to be the linkage way of tourism between Chiangrai province and Kunming, China. The samples were 200 foreign tourists and 200 Thai tourists. The focus group was both public and private organization based on the tourism management. Data was gathered using questionnaires.

The result of this study have shown the data of Thai tourists first and followed by foreign tourists. The behavior of tourism in Kunming showed that the majority of Thai and foreign tourists were female and married who have the age between 28-37 and 48-57 years old. Both occupations were technicians who have income between 10,000-29,999 baht and 50,000 – 69,999 per month. The objectives of the tour were relaxing and entertainment that travel with tour agency. Most of both tourists went to Kunming for the first time that stayed in the hotel. The duration in Kunming of both tourists was 2-4 days and 5-7 days that reserved a ticket from the tour agency in advance for 3-4 weeks. The budget was spent for souvenir that amount 70,000 – 99,999 baht and more than 160,000 baht. The next destinations of both tourists were Hong Kong and Thailand.

The needs of both tourists in Kunming were shown that the need of tourism in Kunming was much in terms of the standard of the airport would be convenient and safe, information would be fast and modern, and hotel service would comfort and impress the tourists.

The comparison of the needs and behaviors of tourists between Thai and foreign toward tourism in Kunming found that the need and behavior of both tourists were the same but they differ in the standard of the cost of living which the foreign tourist was higher than Thai tourist in terms of age, income, the number of country that the foreign tourist would like to tour including the behavior in shopping, fieldtrip, food, and beverage.

The focus group of the stakeholder of the tourism management on the linkage way of tourism between Chiangrai province and Kunming, China would be the development all routes: land, water route, and airway as follow;

1) Land route:

a. China-Myanmar-Thailand: Start from Kunming-Sibshongbanna-Cheng Meung (Myanmar)-Mong Yaung-Mong Pahlyo-Tah Keeleak (Myanmar)-Measai, Chiangrai province, Thailand.

b. China-Myanmar-Thailand: Start from Kunming-Sibshongbanna (China)-Ta Yau-Chiang Tung (Myanmar)-Tah Keeleak (Myanmar) Measai, Chiangrai province,Thailand.

c. China-Laos-Thailand: Start from Kunming-Chiang Rung-BorTen-Laungnamtah -Hauysai-Chiangkhong, Chiangrai province, Thailand.

2) Water route:

a. Start from Chiang Rung Bay-Guanlei Bay (China)-Luangnamtah-Sob Hlauy Bay-

Chiangkok Bay (Laos)-Mouang mum Bay (Laos)-Chiangsean Bay, Chiangrai province, Thailand.

3) Airway route:

a. Start from Suvarnabhumi Airport - Chiangmai airport, Thailand -Kunming Airport, Yunnan, China then go to Chiangrai province by bus.

คำนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโลกอย่างมาก ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยวได้พยากรณ์สถานการณ์การท่องเที่ยว จะเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก (Mancini, 1990:98) ซึ่งจะมีขนาดใหญ่กว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมเหล็กกล้าและอุตสาหกรรมการเกษตร ในปี ค.ศ. 1993 จะมีแรงงานทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประมาณ 127,000,000 คน และจะขยายเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า ในปี ค.ศ. 2005 นอกจากนี้องค์การท่องเที่ยวได้พยากรณ์ว่า อัตราการเจริญเติบโตจะเพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.5 ในปี ค.ศ. 2000-2010 (WTO อ้างในการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 1995:2)

จากการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วของนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ก็เช่นเดียวกันที่ได้มีการพัฒนาการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้เป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้เพราะมณฑลยูนนานมีพื้นที่ 394,000 ตารางกิโลเมตร ลักษณะประเทศเป็นพื้นที่สูง ประกอบด้วยภูเขาทางทิศเหนือ ซึ่งมีความสูงประมาณ 4,000 เมตร และค่อยๆ ลาดต่ำลงมาทางทิศใต้ ทำให้พื้นที่ทางทิศใต้สูงประมาณ 2,000 เมตร อุณหภูมิค่อนข้างอบอุ่นเย็นสบายตลอดปี มณฑล ยูนนานมีประชากรประมาณ 35 ล้านคน มีเชื้อชาติต่างๆ ถึง 26 เชื้อชาติ นับว่าเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติมากที่สุด จากความหลากหลายในวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม นอกจากนี้เมืองคุนหมิง เป็นเมืองหลวงของมณฑลยูนาน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและศูนย์กลางการบินที่สำคัญ ตลอดจนรัฐบาลได้ปรับปรุงและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วทุกด้าน เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสินค้าและบริการการท่องเที่ยวทุกด้าน ทำให้นครคุนหมิงได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางตอนใต้ของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ตั้งแต่ ค.ศ.1978 จนถึงปัจจุบัน จากการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ ญี่ปุ่น มาเลเซีย เยอรมนี ฝรั่งเศส อิตาลี ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา สหราช-อาณาจักร ฮ่องกง ไต้หวันและประเทศไทย

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง มณฑลยูนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้มาเป็นข้อมูลพื้นฐานจัดทำแผนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งและพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่าง คุนหมิงและจังหวัดเชียงราย

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

เพื่อศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยกับชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างนครคุนหมิงและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

วิธีการดำเนินวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

กลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของทาโรยามาเน (Yamane, 1970:580-581) ด้วยความเชื่อมั่น 95% โดยพิจารณาจากประชากรนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ปี 2548 จำนวน 980,000 คน และได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) และสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสาร หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวของไทยและต่างประเทศ เพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มากำหนดเป็นประเด็นหลักในการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยดังกล่าว โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมดังนี้

1. แบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 จะเป็นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง เป็นแบบตรวจคำตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยกำหนดค่าคะแนน 5 ระดับ

2. แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 โดยนำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ ข้อ 2 มาสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างนครคุนหมิงและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยกำหนดการสนทนากลุ่ม จำนวน 2 ครั้ง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามไปแจกยังกลุ่มตัวอย่างและขอรับคืน โดย

ดำเนินการ 2 วิธี คือ

1) นำไปแจกและรับคืนด้วยตนเองตามแหล่งท่องเที่ยวและสถานบริการการท่องเที่ยวในนครคุนหมิง
2) นำไปแจกและรับคืนโดยขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญ คือ Mr. Li Maobiao Director Office for international Programs จาก Southwest Forestry College,

Yunnan Province ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนในการประสานงานเก็บรวบรวมข้อมูล

3) นำไปแจกให้กับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ณ อาคารระหว่างประเทศ สนามบินดอนเมืองกรุงเทพฯ ทั้งผู้โดยสารขาออกและผู้โดยสารขาเข้า ที่จะเดินทางไปและกลับจากการท่องเที่ยว ณ นครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลของการวิจัยที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย ในการประมวลผลข้อมูลสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การหาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการหาค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation coefficient) แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

สรุปผล

1. ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิง

นักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นหญิง มีอายุระหว่าง 28-37 ปี และสมรสแล้ว ซึ่งมีอาชีพเป็นช่างฝีมือแรงงาน มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000-29,999 บาทต่อเดือน โดยเดินทางไปนครคุนหมิง เป็นครั้งแรก ซึ่งเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไปพักผ่อน นิยมพักในโรงแรม มีระยะเวลาในการพักผ่อนอยู่ระหว่าง 2-4 วัน โดยทำการจองกับบริษัทนำเที่ยวเป็นการล่วงหน้า 3-4 สัปดาห์ ซึ่งต้องการเดินทางไปเฉพาะที่นครคุนหมิงเท่านั้น และมีกิจกรรมในระหว่างเดินทาง คือ ทัศนศึกษา สำหรับประเทศที่วางแผนจะเดินทางไปเที่ยวครั้งต่อไปหลังจากนครคุนหมิง คือ ฮ่องกง ส่วนค่าใช้จ่ายในระหว่างอยู่ในนครคุนหมิงนิยมใช้ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต ในการเดินทางครั้งนี้มาเป็นครอบครัว จำนวน 3 คน คือ พ่อแม่และลูก และมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดอยู่ระหว่าง 70,000-99,999 บาท โดยใช้จ่ายไปเพื่อการซื้อสินค้าและของที่ระลึก

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นหญิงมีอายุระหว่าง 48-57 ปี และสมรสแล้ว ซึ่งมีอาชีพอยู่ในกลุ่มช่างฝีมือแรงงาน มีรายได้อยู่ระหว่าง 50,000-69,999 บาทต่อเดือน และเดินทางไปนครคุนหมิงเป็นครั้งแรก ซึ่งเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไปพักผ่อนและนิยมพักในโรงแรม มีระยะเวลาในการพักผ่อน อยู่ระหว่าง 5-7 วัน โดยทำการจองกับบริษัทนำเที่ยวเป็นการล่วงหน้า 3-4 สัปดาห์ การเดินทางครั้งนี้ต้องการเดินทางไปมากกว่า 1 ประเทศ โดยมีกิจกรรมในระหว่างเดินทาง คือ ทัศนศึกษา สำหรับประเทศที่วางแผนจะเดินทางไปเที่ยวครั้งต่อไปหลังจากนครคุนหมิง คือ ไทย ส่วนค่าใช้จ่ายในระหว่างอยู่ในนคร คุนหมิงนิยมใช้เงินสด ในการเดินทางครั้งนี้มาเป็นครอบครัวและลูก และมีค่าใช้จ่ายทั้งหมด ตั้งแต่ 160,000 บาท และใช้จ่ายเพื่อการซื้อของที่ระลึก

2. ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิง

นักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการการท่องเที่ยวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ในภาพรวมอยู่ระดับมาก

หากพิจารณารายละเอียดในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในด้านการท่องเที่ยวที่มีระดับความต้องการมากที่สุด คือ มาตรฐานการอำนวยความสะดวกของสนามบิน และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม ที่พัก ที่รวดเร็วและความประทับใจ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความต้องการในการท่องเที่ยวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ในภาพรวมอยู่ระดับมากที่สุด

หากพิจารณารายละเอียดในด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในด้านการท่องเที่ยวที่มีระดับความต้องการมากที่สุด คือ มาตรฐานการอำนวยความสะดวกของสนามบิน การให้ข้อมูลข่าวสารต้องทันสมัยและรวดเร็ว และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม

3. การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน ปรากฏผลการวิจัยดังนี้

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีลักษณะส่วนใหญ่คล้ายกัน แต่ที่แตกต่างเห็นได้ชัดเจน คือ มาตรฐานการครองชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่ว่าจะเป็น อายุ รายได้ จำนวนประเทศที่ต้องการไปท่องเที่ยว ตลอดจนพฤติกรรมการใช้จ่าย จะใช้จ่ายเกือบทุกประเภทในลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นซื้อของที่ระลึก ทัศนศึกษา อาหารและเครื่องดื่ม ค่าขนส่งในสถานที่ท่องเที่ยวและการบันเทิง เป็นต้น

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง มณฑลยูนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีสัมพันธ์กันกับด้านอายุ ระดับรายได้ จำนวนครั้งของการเดินทางมาท่องเที่ยว และจำนวนประเทศที่ท่านเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิง

ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีลักษณะส่วนใหญ่คล้ายกัน คือ มาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานบริการ เช่น โรงแรม สนามบิน การคมนาคมขนส่งและการให้ข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็ว เป็นต้น แต่ที่แตกต่างเห็นได้ชัดเจน คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเรื่องของภาษาสากลที่ใช้ในการสื่อสารและต้องการที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวเอเชียมากกว่าซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการมาท่องเที่ยวต่างประเทศเพราะเป็นค่านิยมของคนไทยที่ถูกปลูกฝังในเรื่องการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความแตกต่างของประเทศ อื่นๆ เช่น ความเจริญก้าวหน้าทางด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ความต้องการในการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง มณฑลยูนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ความต้องการในการ

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันกับพิธีการเข้าเมืองต้องสะดวกและรวดเร็ว มาตรฐานของการให้บริการของรถรับจ้าง ด้านจรรยาบรรณ ราคา และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความสะดวกสบายในการเดินทาง เช่น มีป้ายบ่งชี้เส้นทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจน มาตรฐานของแหล่งบันเทิงในยามราตรี เช่น ความปลอดภัยและความสะอาด มาตรฐานความสะดวกสบายและการให้บริการในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก เช่น เรื่องปริมาณและคุณภาพ และการจัดให้มีเส้นทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างนครคุนหมิงกับจังหวัดเชียงรายและจังหวัดใกล้เคียงในประเทศไทย อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างนครคุนหมิงและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

จากความได้เปรียบของที่ตั้งของจังหวัดเชียงรายในการพัฒนาเป็นประตูการค้าเชื่อมโยงกับจีน และเป็นศูนย์กลางเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางภูมิศาสตร์ที่ติดต่อประเทศเพื่อนบ้าน 3 ประเทศแล้ว โดยกำหนดแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ดังนี้

- การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP
- โครงการสวนสมุนไพรไทยและการท่องเที่ยวเกษตรสาธิตเชิงนิเวศ
- ด้านอนุรักษ์เมืองมรดกโลก ด้วยการอนุรักษ์และพัฒนาเมืองประวัติศาสตร์เชียงแสน
- One Stop Service บริเวณชายแดนให้บริการตรวจปล่อยสินค้านำเข้า-ส่งออกให้เป็นไปอย่างสะดวกรวดเร็วและการเข้า-ออกของนักท่องเที่ยวและประชาชนอย่างถูกต้องตามกฎหมาย
- ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการจัดการท่องเที่ยว โดยรูปแบบของการท่องเที่ยวจะเป็นในลักษณะเชิงอนุรักษ์เน้นวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยและโบราณสถาน ตลอดจนจัดทำปรับปรุงภูมิทัศน์และแหล่งท่องเที่ยว
- จัดทำโครงการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำโขง ซึ่งจะต้องมีการจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว การจัดเตรียมเรือโดยสารและท่าเรือที่ได้มาตรฐานและปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกด้านศุลกากรและการตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น
- จัดทำปรับปรุงภูมิทัศน์และแหล่งท่องเที่ยวการเชื่อมโยงและพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางบกระหว่างเชียงรายกับคุนหมิงให้ได้มาตรฐาน ดังนี้

1. การเชื่อมโยงและพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวทางบกระหว่างเชียงรายกับนครคุนหมิง ด้วยการพัฒนาระบบคมนาคมเชื่อมโยงเมืองเชียงรายเป็นเมืองหลัก และทำหน้าที่เป็นเมืองสนับสนุนหลักต่อเมืองชายแดนทั้ง 3 เมือง ได้แก่ เชียงแสน เชียงของ และแม่สาย สามารถเดินทางไปได้อย่างสะดวกโดยใช้ถนน 4 ช่องจราจรตามทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) และสามารถเดินทางไปเชียงแสนโดยใช้ทางแยกจาก

ทางหลวงหมายเลข 101 ที่อำเภอแม่จัน เป็นระยะทาง 30 กิโลเมตร ส่วนเมืองเชียงของอยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงรายประมาณ 90 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางหลวงสายรอง

2. จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองหลักที่สามารถเชื่อมเส้นทางขนส่งสินค้า 2 สายหลัก เพื่อไปยังตอนใต้ของประเทศจีน โดยเส้นทางแรกผ่านขึ้นไปทางอำเภอเชียงของ ผ่านลาว ไปยังเมืองเม็งลาของจีน (R3E) และอีกเส้นทางผ่านอำเภอแม่สาย ไปยังเชียงตุง (พม่า) และเข้าชายแดนจีนที่เมืองต้าลั่ว (R3W) ทั้งสองเส้นทางนี้จะมาบรรจบกันที่เชียงราย

อภิปรายผล

1. ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางไปนครคุนหมิงมีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวในการต่างประเทศเพื่อการพักผ่อนเป็นสำคัญ ทั้งนี้เป็นเพราะว่ามีความพร้อมในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นอายุ ฐานะและรายได้ โดยเฉพาะผู้หญิง นิยมเดินทางไปนครคุนหมิงเพราะเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง มีอากาศหนาวเหมาะกับการเดินทางไปพักผ่อน ตลอดจนค่าครองชีพไม่สูง เหมาะสำหรับผู้หญิงและทุกเพศ ทุกวัยที่ต้องการเดินไปจับจ่ายซื้อของที่ระลึกและของฝากจากต่างแดน ซึ่งสอดคล้องกับ กิตติ ลิ่มสกุล (2533) ที่พบว่า จุดมุ่งหมายในการเดินทางไปต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อย 89.65 สำหรับโครงสร้างของการใช้จ่ายทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ใช้จ่ายขณะที่อยู่ต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 58.83 ที่นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก

สำหรับข้อแตกต่างที่พบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ คือ ระยะเวลาที่พำนักในนครคุนหมิงไม่เท่ากัน ทั้งนี้อาจเป็นค่าของเงินของแต่ละประเทศไม่เท่ากัน โดยเฉพาะค่าเงินบาทมีค่าต่ำกว่าเงินหยวน และค่าเงินดอลลาร์มีค่าเงินสูงกว่าเงินหยวนทำให้ชาวต่างชาติพำนักอยู่ในนครคุนหมิงได้นานกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งสอดคล้องกับรายงานวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (1991) เรื่อง Thailand Tourism Statistical Report ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปพำนักที่ประเทศนานกว่านักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น คือ จะพำนักประมาณ 10 วัน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันพำนักเฉลี่ย 13.80 วัน เมื่อคำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่เข้ามาในประเทศตลอดจนความสามารถของกำลังทรัพย์ ค่าของเงินมาร์ค เมื่อเทียบกับชาวเอเชียที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมาก แต่ระยะเวลาพักแรมน้อยกว่า โดยเฉพาะในกรณีของชาวมาเลเซีย ที่มาเที่ยวประเทศเป็นจำนวนมากที่สุด แต่พักแรมที่ประเทศไทยนาน 3.70 วันเท่านั้น

2.ด้านความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง

นักท่องเที่ยวชาวไทย

จากผลการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางไปนครคุนหมิง ส่วนใหญ่มีความต้องการขั้นพื้นฐานเหมือนกัน โดยเฉพาะเรื่องมาตรฐานการอำนวยความสะดวกของสนามบิน การให้ข้อมูลข่าวสารต้องทันสมัยและรวดเร็ว และมาตรฐานของสิ่งอำนวยความ

สะดวกในด้านการบริการ เช่น ที่พัก รถรับจ้าง และการให้ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลของกองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2547) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะผลิตผลของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ การบริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก สินค้าของที่ระลึก การโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และภาพลักษณ์ของประเทศ

3. การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน

การเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิง

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันกับด้านอายุ ระดับรายได้ อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเมื่ออายุมากเพิ่มมากขึ้น มีฐานะและรายได้มั่นคง ตลอดจนมีเวลาว่างมากขึ้น ทุกคนจึงต้องแสวงหาความสุขให้เป็นรางวัลกับชีวิต โดยเลือกการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานผลของสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา (2545) ที่กล่าวถึง แนวโน้มของประชากรโลกตั้งแต่ศตวรรษที่ 21 ประชากรโลกที่เป็นผู้สูงอายุจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างมาก สืบเนื่องจากกลุ่มประชากรที่เกิดในช่วง Baby Boom ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มใหญ่ของโลกได้เข้าสู่ช่วงสูงอายุ ประกอบกับวิทยาการทางการแพทย์ที่ก้าวหน้าขึ้น ทำให้ประชากรโลกมีอายุเฉลี่ยสูงขึ้น และมีสุขภาพแข็งแรงขึ้นด้วย ในขณะที่ค่าครองชีพในประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่มีอัตราค่อนข้างสูง บางประเทศจึงมีแนวคิดที่จะส่งเสริมให้ผู้สูงอายุของตนออกไปใช้ชีวิตในต่างประเทศที่มีค่าครองชีพที่เหมาะสม และยังคงไว้ซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดี

การเปรียบเทียบความต้องการของนักท่องเที่ยวในนครคุนหมิง

การเปรียบเทียบความสัมพันธ์ความต้องการในการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน พบว่า ความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กันกับพิธีการเข้าเมืองต้องสะดวกและรวดเร็ว มาตรฐานของการให้บริการของรถรับจ้าง ด้านจรรยาบรรณ ราคา และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความสะดวกสบายในการเดินทาง เช่น มีป้ายบ่งชี้เส้นทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจน มาตรฐานของแหล่งบันเทิงในยามราตรี เช่น ความปลอดภัยและความสะอาด มาตรฐานความสะดวกสบายและการให้บริการในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก เช่น เรื่องปริมาณและคุณภาพ อย่างมีนัยที่สำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ นิยมไปท่องเที่ยวยังประเทศที่มีค่าใช้จ่ายในการอยู่อาศัยที่มีค่าครองชีพต่ำ สภาพภูมิอากาศและการบริการ รวมทั้งความสะดวกสบายในการอยู่อาศัยและการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา (2545) เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้ามาพำนักระยะยาวในต่างประเทศของชาวญี่ปุ่น พบว่า

ชาวญี่ปุ่นให้ความสำคัญ คือ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ให้ความสนใจทั้งในเรื่องภัยธรรมชาติ ความสะดวกสบายในการอยู่อาศัย การใช้ชีวิตประจำวัน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีให้ ตลอดจนความสามารถในการสื่อสารในชีวิตประจำวัน การรักษาสุขภาพ มีโรงพยาบาลที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งมาตรฐานของแพทย์และพยาบาลที่จะให้บริการ และกิจกรรมต่างๆ ที่สามารถจะทำได้ในขณะที่พำนักอยู่ในต่างประเทศ ได้แก่ การเข้าร่วมทำงานอาสาสมัครในแขนงอาชีพต่างๆ การมีโอกาสได้สัมผัสวิถีชีวิตของชาวพื้นเมือง ได้สัมผัสขนบธรรม เนียมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น การมีโอกาสท่องเที่ยวพักผ่อน การฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย การมีโอกาสผจญภัย เช่น การเดินป่า เป็นต้น

4. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างนครคุนหมิงและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

แนวทางการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างนครคุนหมิงและแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ ที่ได้จากการระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและจากการวิเคราะห์ถึงจุดอ่อนและจุดแข็งของการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและนครคุนหมิง สรุปแนวทางการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากเมืองเชียงรายจะต้องมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่หลากหลายเพื่อรองรับการเจริญเติบโตในอนาคต และสามารถรองรับการเติบโตของเมืองชายแดนที่จะพัฒนาเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนใน 3 เมือง (แม่สาย เชียงแสน และเชียงของ) ดังนี้

1. ควรมีการลงทุนระบบบริการโครงสร้างพื้นฐานที่ยังขาดแคลนทั้งภายในเมืองและรอบนอก พร้อมเป็นเมืองสนับสนุนประตูการค้าและดึงดูดนักลงทุนและนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ จึงมีความจำเป็นต้องมีระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการสนับสนุนให้เป็นเมืองน่าอยู่

2. ควรมีการลงทุนระบบบริการโครงสร้างพื้นฐานที่ยังขาดแคลนทั้งภายในเมืองและรอบนอก พร้อมเป็นเมืองสนับสนุนประตูการค้า และดึงดูดนักลงทุนและนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ จึงมีความจำเป็นต้องมีระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการสนับสนุนให้เป็นเมืองน่าอยู่

3. การลงทุนของรัฐควรมุ่งสนับสนุนให้ภาคเอกชนสามารถดำเนินกิจกรรมการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดเชียงรายและนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศสาธารณรัฐประชาชน

2. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงราย.

3. ควรมีการศึกษาองค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงรายหรือกลุ่มล้านนา

4. ควรมีการศึกษาการมีส่วนร่วมของธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

5. ควรมีการศึกษาการพัฒนาความร่วมมือขององค์กรเอกชนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

บรรณานุกรม

กิตติ ลิ่มสกุล (2533). **โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวปี 2533.** งานสถิติ กองสถิติและวิจัย ฝ่ายวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ชูสิทธิ์ ชูชาติและคณะ (2538). **การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในมณฑลยูนาน : ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในนครคุนหมิง เมืองลูนานและเมืองหลูซี.** สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ.

เนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ. (2538). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.**

พนิตตา สิงห์ครา. (2544). **ศึกษาศักยภาพของชุมชนบ้านห้วยฮี้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์.**

พิสิษฐ์ สุขสวัสดิ์. (2541). **ศึกษาแบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน.**

ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2541) **โครงการรวบรวมสถิตินักท่องเที่ยวระหว่างตะวันออกเฉียงเหนือ ระหว่างปี พ.ศ. 2537-2540.**

สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา. (2545). **รายงานการวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว : กรณีศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวอายุ 50 ปีขึ้นไปที่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อน.** กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุกัญญา เอมอิ่มธรรม และคณะ. (2544) **ศักยภาพของการท่องเที่ยวประเทศลุ่มแม่น้ำโขง** : สปป. ลาว.

สุจิตราภา พันธ์วิไล. (2545). **ศึกษารูปแบบการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนรวม :** กรณีศึกษา บ้านหล่อชา (อาข่า) ต. แม่ยาว อ. เมือง จ. เชียงราย.

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2546). **แนวทางส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว.** กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.

อรุณี ปัญญามูลวงษา. (2542). **ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการที่พักตากอากาศในอำเภอเมืองบง จังหวัดแม่ฮ่องสอน.**

TAT (1991) Thailand Tourism Statistical Report

Available: www.tat.or.th/longstay

Available: www.tourism.go.th

Available: http://www.chinatour.com/data/data.htm

Available: http://www.fourlens.com/index.php

Mancini. (1990). ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง. P.98

Yamane. (1970). ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง. P.580-581

ทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย

Attitude of Foreign Tourists toward the Hospitality of Chiang Rai People

ประภาพร พนมไพร วาสนา ทิพย์ศรี ราเชนทร์ ชูศรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย

Prapaporn Panomprai, Wasana Thipsri, Rachain Choosri
Rajamangala University of Technology Lanna Chiang Rai

บทคัดย่อ

โครงการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายและ 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ด้วยแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด สัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและมัคคุเทศก์ จำนวน 60 คน จัดประชุมภาคีกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนเพื่อระดม ความคิดเห็น ผลการวิจัยเป็นดังนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี เดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีรายได้ต่อปีระหว่าง US$ 10,000-30,000 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อกิจกรรมสันทนาการและการพักผ่อน โดยรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออินเตอร์เน็ตมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายในด้านความเป็นมิตรไมตรี ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง การบริการนำเที่ยว/มัคคุเทศก์ บริการข้อมูลข่าวสาร โครงสร้างพื้นฐาน/สาธารณูปโภค สถานที่พัก การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมืองและด้านอาหาร/ภัตตาคาร อยู่ในระดับดี จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและมัคคุเทศก์ ตลอดจนการจัดประชุมภาคีเพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนาการต้อนรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้ไปสู่ความเป็นเลิศ พบว่าด้านความเป็นมิตรไมตรี ผู้ให้บริการต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพ โดยไม่เอารัดเอาเปรียบ หลอกลวง ฉ้อโกงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีสำนึกในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวดุจญาติมิตร ด้านความปลอดภัย ควรเสริมสายตรวจและพนักงานรักษาความปลอดภัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สนามบิน ตลอดจนย่านที่พักของนักท่องเที่ยว ด้านความสะดวกในการเดินทาง ควรจัดทำป้ายบอกทาง เส้นทางการท่องเที่ยวและมีแผนที่ริมทางเป็นภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่สำคัญ ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ควรจัดฝึกอบรมการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารและความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสามารถอธิบายและแนะนำนักท่องเที่ยวให้เที่ยวอย่างถูกวิธี ด้านบริการข้อมูลข่าวสารควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว และจัดจุดบริการข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค ควรดูแล

บำรุงรักษา ปรับปรุงถนนหนทาง ตู้โทรศัพท์สาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน สะอาด และปลอดภัย ด้านสถานที่พัก พนักงานที่ให้บริการด้านที่พักควรใช้ภาษาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี และไม่เอารัดเอาเปรียบโดยจัดระดับราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพบริการ ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง ควรเน้นระบบการบริการที่รวดเร็ว สะดวกและปลอดภัย ด้านอาหารและภัตตาคาร ควรปรับปรุงอาหารให้ถูกสุขอนามัยจัดบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมบริเวณร้านให้สะอาด และน่าสนใจ

Abstract

This research aimed to study; 1) an attitude of foreign tourist towards the hospitality of Chiang Rai people, and 2) the guide way to develop the hospitality for tourist in Chiang Rai. This research is both a qualitative and a quantitative research. The sample was 400 foreign tourists. The focus group was both public and private organization based on the tourism management. Data were gathered using questionnaires and interviews. The result of this study found that the majority of foreign tourists were male and single who have the age between 25–34 years old. The most of foreign tourists came from United States of America which have the level of educational degree that is bachelor's degree. Their occupations were employee of a private company who have income between 10,000–30,000 US$ per year. The objectives of the tour were relaxing and entertainment. The most of foreign tourist got tourism information by using internet. The foreign tourists had the attitude to the hospitality of Chiang Rai people are good in terms of a friendship, safety, traveling convenience, tour agency service, data information service, infrastructure, accommodation, immigration convenience, and restaurant service. The focus group of the stakeholder of the tourism management on hospitality found that the public and private organization of tourism management in Chiang Rai could be the good service in terms of loyalty, intercommunication, accommodation, safety, airport service, traveling convenience, guideboard in English language or others, tour guide and tour agency service, training of international communication course for people in tourist place, promotion of tourism information through information technology, infrastructure, public utility, friendly or standard price, and restaurant service.

คำนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการของรัฐที่สร้างผลประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของธุรกิจภาคอื่นๆ ได้อีกด้วย

จังหวัดเชียงราย มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงามมีชื่อเสียงและเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทางด้านศิลปวัฒนธรรมล้านนาที่น่าสนใจ จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเที่ยวชม จังหวัดเชียงรายเป็นจำนวนมาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจึงเจริญเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้ธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหาร ภัตตาคาร สถานที่พัก การคมนาคมขนส่ง ธนาคาร ตลอดจนประชาชนชาวจังหวัดเชียงรายซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ต่างได้รับผลพลอยได้จากการขยายตัวของธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจด้านการท่องเที่ยว จึงต้องหันมาให้ความสำคัญและตระหนักถึงหลักการต้อนรับที่ดี ที่จะสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้

นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการต้อนรับด้านต่างๆ ที่ชาวเชียงรายจัดให้ โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งเป็นผู้มาเยือนที่เดินทางมาจากทั่วทุกมุมโลกและนำมาซึ่งเงินตราจากต่างประเทศอันจะเป็นการกระจายรายได้แก่ชาวเชียงราย เสริมสร้างความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่อไป

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย เพื่อจะได้ทราบถึงความรู้สึกนึกคิด การเสนอแนะแนวทางการแก้ไขปัญหาทัศนคติเชิงลบ การใช้ประโยชน์ของทัศนคติเชิงบวก เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายทั้งในด้านการพัฒนาบุคลากรที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์และแนวทาง เชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้มีประสิทธิภาพ เกิดประสิทธิผลตลอดจนนำไปสู่ความเป็นเลิศทางการท่องเที่ยวและพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสืบไป

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

วิธีการดำเนินการวิจัย

ดำเนินการศึกษาวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

2. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ในช่วงระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูลตามพื้นที่การวิจัย ซึ่งพิจารณาเส้นทางตามยุทธศาสตร์ของการพัฒนา ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย ได้ตัวแทนพื้นที่ 8 อำเภอ จากทั้งหมด 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ (ข้อมูลจากทำเนียบแหล่งท่องเที่ยว (ภาคเหนือ) โดยสำนักงานสถาบันราชภัฏเชียงราย เสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2547) โดยมีวิธีการคัดเลือกตัวแทนอำเภอ ซึ่งยึดทรัพยากรการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ตัวแทนพื้นที่ทั้ง 8 อำเภอ เป็นอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ซึ่งประกอบด้วย อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอเทิง อำเภอแม่สรวย อำเภอเวียงป่าเป้า อำเภอแม่จัน และ อำเภอเมือง โดยคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ 400 ตัวอย่าง

นอกจากนี้ทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 30 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ความประทับใจ ปัญหา อุปสรรคในการต้อนรับของชาวเชียงราย ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ สัมภาษณ์มัคคุเทศก์จำนวน 30 คน เนื่องจากมัคคุเทศก์ เป็นผู้อำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวและอยู่ใกล้ชิด ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศมากที่สุด สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับความพอใจหรือไม่พอใจของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายได้เป็นอย่างดี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

2.1 แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามให้เลือกหลายคำตอบ (Multiple Choice) ซึ่งให้ผู้ตอบเลือกตอบเพียงข้อเดียว

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ และแนวทางในการพัฒนาด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open End)

2.2 แบบสัมภาษณ์ ใช้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 30 ชุดและมัคคุเทศก์ 30 ชุด รวมทั้งสิ้น 60 ชุด มีโครงสร้างคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์ ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายในด้านต่างๆ ปัญหา อุปสรรค ตลอดจนแนวทางแก้ไขปัญหาและข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยแจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจำนวน 400 คน ระหว่างเดือนตุลาคม 2548 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2548 สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 30 คน และสัมภาษณ์มัคคุเทศก์จำนวน 30 คน ระหว่างเดือนธันวาคม 2548 ถึงเดือนมกราคม 2549 จัดประชุมภาคี ด้านการท่องเที่ยวเพื่อระดมความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนที่เกี่ยวข้องกับ การต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ โรงแรมบ้านขุนยม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย วันที่ 14 มิถุนายน 2549 เวลา 09.00-15.00 น.

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย ได้จากการนำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและสถิติเชิงอนุมานด้วยการทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (t-Test Independent) การทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไปที่เป็นอิสระต่อกัน ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และหากมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรือมีค่าเฉลี่ยอย่างน้อย 1 คู่ที่แตกต่างกันจะทำการทดสอบ ความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้การทดสอบของ Tukey ซึ่งเป็นวิธีทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม

ผลการศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และตอบแบบสอบถาม โดยใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ทั้งหมด 400 คน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี เดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด มีรายได้ระหว่าง 10,000 -30,000 US$ ต่อปี มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อทำกิจกรรมสันทนาการ/พักผ่อนและรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออินเตอร์เน็ตมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย

พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายทุกด้านอยู่ในระดับดี คือ ด้านความเป็นมิตรไมตรี ความปลอดภัย ความสะดวกในการเดินทาง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการข้อมูลข่าวสาร โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค สถานที่พัก การอำนวย ความสะดวกในการเข้า-ออกเมืองและด้านอาหาร/ภัตตาคาร

ในด้านความเป็นมิตรไมตรี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อความมีน้ำใจและเอื้ออาทรของชาวเชียงรายอยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับ ความช่วยเหลือเกื้อกูลด้วยความจริงใจจากชาวเชียงรายอย่างดียิ่ง

ส่วนที่ 3 การเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย

3.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายจำแนกตามเพศ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการต้อนรับของชาวเชียงราย ด้านสถานที่พักและด้านอาหาร/ภัตตาคารแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในด้านสถานที่พัก พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีเพศแตกต่างกันจะมีทัศนคติที่แตกต่างกันมากในเรื่องห้องพักสะอาด หาง่าย มีเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ราคายุติธรรม และมีให้เลือกหลายระดับราคา ส่วนด้านอาหารและภัตตาคาร พบว่า นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศที่มีเพศแตกต่างกันมีทัศนคติต่อเรื่องอาหารที่ถูกสุขอนามัย มีให้เลือกหลากหลาย และราคายุติธรรมแตกต่างกัน ส่วนการต้อนรับด้านอื่นๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติไม่แตกต่างกัน

3.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายจำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติด้านความเป็นมิตรไมตรี ความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทางแตกต่างกันตามช่วงอายุ ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

3.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติด้านความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค สถานที่พัก และด้านอาหาร/ภัตตาคารแตกต่างกันไปตามระดับการศึกษา ส่วนด้านอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

3.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายจำแนกตามอาชีพ พบว่า แต่ละอาชีพมีทัศนคติต่อทุกด้านแตกต่างกันขึ้นอยู่กับมุมมอง ประสบการณ์ ความรู้สึกนึกคิดและบุคลิกภาพของคนในแต่ละอาชีพ

3.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายจำแนกตามรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติด้านบริการข้อมูลข่าวสาร ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอื่นๆ แตกต่างกันไปตามระดับรายได้

3.6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายจำแนกตามสถานภาพการสมรส พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

3.7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของ ชาวเชียงรายจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติด้านความเป็นมิตรไมตรีและด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอื่นๆ แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว

3.8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายจำแนกตามการรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติด้านความเป็นมิตรไมตรี ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านอื่นๆ แตกต่างกันตามการรับรู้จากสื่อแต่ละประเภท

ผลสรุปจากการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและมัคคุเทศก์

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเพื่อพักผ่อนและทำกิจกรรมสันทนาการ โดยมีทัศนคติต่อความเป็นมิตรไมตรีของชาวเชียงรายดีมาก เนื่องจากชาวเชียงราย ยิ้มแย้มแจ่มใส ทักทาย ให้ความช่วยเหลือด้วยความจริงใจ ด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมองว่าจังหวัดเชียงรายมีความปลอดภัยค่อนข้างสูง แต่มีข้อเสนอให้จัดระบบการรักษาความปลอดภัยแก่แหล่งท่องเที่ยว และย่านสถานที่พัก เช่น มีตำรวจ หรือพนักงานรักษาความปลอดภัยให้มากขึ้น ด้านความสะดวกในการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับบริการค่อนข้างดี และสะดวกพอสมควร มีข้อแนะนำให้พนักงานขับรถรับจ้างควรมีความรู้เรื่องภาษาต่างประเทศมากขึ้นเพื่อใช้สื่อสารกันให้เกิดความเข้าใจ ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี โดยมีโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เลือกหลากหลาย ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ เห็นว่าควรปรับปรุงเนื่องจากปัญหาการใช้ภาษาในการสื่อสารและควรให้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่ออย่างครบวงจร เช่น ป้ายบอกทาง แผ่นพับ และสื่ออินเตอร์เน็ต เป็นต้น ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเห็นว่าจังหวัดเชียงรายมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ แต่ควรปรับปรุงโทรศัพท์และห้องน้ำสาธารณะให้สะอาดปลอดภัย พร้อมใช้งานเสมอ ด้านสถานที่พัก มีบริการเพียงพอ และสามารถเลือกได้หลายระดับราคาตามคุณภาพบริการ ด้านการอำนวยความสะดวก ในการเข้า-ออกเมือง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับความสะดวกค่อนข้างมาก โดยเฉพาะหากมากับบริษัทนำเที่ยว ตลอดจนการตรวจสอบเอกสารทำได้อย่างรวดเร็ว เว้นแต่ในช่วงเทศกาลที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากจะล่าช้ากว่าเวลาปกติ ส่วนในด้านอาหารและภัตตาคาร นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศชื่นชอบในรสชาติอาหารไทย การมีอาหารให้เลือกหลากหลายตลอดจนราคาไม่แพง แต่บางครั้งพบว่าอาหารไม่สะอาดจึงควรปรับปรุงให้อาหารถูกสุขอนามัยมากขึ้น ด้านปัญหาอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประสบเป็นบางกรณี คือ การฉ้อโกง โก่งราคาจากการซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งควรให้หน่วยงานภาครัฐเข้ามาตรวจสอบและควบคุม ตลอดจนพ่อค้า/แม่ค้า/ผู้ประกอบการควรมีจรรยาบรรณในการทำการค้า

ผลการประชุมภาคีด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของชาวเชียงราย โดยหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนชาวเชียงราย

สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านความเป็นมิตรไมตรี โดยปกติแล้ว

ชาวเชียงรายเป็นคนที่มีอัธยาศัยไมตรีดี พูดคุยยิ้มแย้มแจ่มใสและให้ความช่วยเหลือผู้มาเยือนด้วยไมตรีจิต แต่อยากให้มีการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ในวงกว้างมากขึ้นถึงการสร้างความเป็นมิตรไมตรี ด้วยการให้ประชาชนทั่วไปตระหนักถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวประทับใจและส่งผลต่อการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวต่อไป นอกจากนี้บุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งเป็นผู้ให้บริการต้องมีจรรยาบรรณในวิชาชีพโดยไม่เอารัดเอาเปรียบ หลอกลวง ฉ้อโกงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและต้องมีจิตสำนึกในการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวดุจญาติมิตร

2. ด้านความปลอดภัย จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยค่อนข้างมากทำให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความมั่นใจในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน แต่ทางจังหวัด ควรหนุนเสริมมาตรการต่างๆ เพื่อทำให้การรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวตั้งแต่เดินทางมาจนกระทั่งเดินทางกลับภูมิลำเนาหรือเดินทางต่อไปยังจังหวัด/ประเทศอื่นๆ ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยเสริมสายตรวจบริเวณแหล่งท่องเที่ยวและย่านสถานที่พักของนักท่องเที่ยว จัดพนักงานรักษาความปลอดภัยและติดตั้งกล้องวงจรปิดบริเวณสนามบิน แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่สาธารณะ ตลอดจนจัดระบบเครือข่ายการแจ้งเบาะแส หรือแจ้งเหตุด่วนเหตุร้ายที่จะเกิดกับนักท่องเที่ยว

3. ด้านความสะดวกในการเดินทาง ควรมีการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีการแจกแผนที่เดินทาง และรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว จัดทำป้ายบอกทาง จัดเส้นทางการท่องเที่ยว และมีแผนที่ริมทางเป็นภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศ ที่สำคัญ

4. ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ควรมีแนวทางในการพัฒนาให้เจริญเติบโตมากขึ้นไปอีก โดยจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และเส้นทางการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายสามารถตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด จัดฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้การใช้ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศที่สำคัญในการสื่อสาร ตลอดจนมีความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวสามารถแนะนำให้นักท่องเที่ยวเที่ยวได้อย่างถูกวิธี

5. ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร ควรให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ให้มากขึ้น จัดจุดบริการข้อมูลข่าวสาร เช่น บริเวณสนามบิน สถานีขนส่งและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ จัดทำโปรแกรมแปลภาษาอัตโนมัติ หรือโทรศัพท์สอบถาม Hot line สายด่วน กับผู้ชำนาญการด้านภาษาประเทศต่างๆ โดยมีเครือข่ายประสาน ไปยังกรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดใหญ่ๆ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ที่มีผู้เชี่ยวชาญเพียงพอ

6. ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคควรมีการปรับปรุง ดูแล บำรุงรักษา ถนนหนทางที่มีอยู่เดิมให้อยู่ในสภาพดีและอาจมีการสร้างเส้นทางเพิ่มเติมเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง ดูแล บำรุงรักษาปรับปรุงตู้โทรศัพท์สาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะให้สะอาด พร้อมใช้งานได้เสมอ มีระบบไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่างแก่ถนนหนทางในยามค่ำคืนอย่างทั่วถึง

7. ด้านสถานที่พัก จังหวัดเชียงรายมีสถานที่พักอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศเพียงพอทั้งโรงแรม เกสท์เฮาส์ โฮมสเตย์ ฯลฯ แต่สิ่งที่ควรปรับปรุง คือ พนักงานที่ให้บริการด้านสถานที่พักควรสามารถใช้ภาษาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะ การใช้ภาษา

อังกฤษ และภาษาต่างประเทศที่สำคัญ ไม่เอารัดเอาเปรียบโดยจัดระดับราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพบริการ โดยเป็นราคาที่ยุติธรรม จัดบรรยากาศในสถานที่พักให้อบอุ่น มีบริการที่เป็นกันเอง

8. ด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง ปัจจุบันการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง โดยเฉพาะด่านอำเภอแม่สายนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้รับความสะดวกค่อนข้างมาก เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่และระบบตรวจสอบที่ทันสมัยสามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว โดยด่านจะติดตั้งกล้องวงจรปิดทั้งขาเข้าและขาออก สร้างความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น

9. ด้านอาหารและภัตตาคาร นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการร้านอาหารและภัตตาคารในจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการต้อนรับและการบริการ โดยเฉพาะรสชาติ ความหลากหลายของอาหาร การยิ้มแย้มแจ่มใส ความเป็นมิตรของพนักงานในร้านและการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย แต่มีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงความสะอาด ถูกสุขอนามัยของอาหาร ควรจัดบรรยากาศภายในร้าน และสภาพแวดล้อมให้น่าเข้าไปใช้บริการดึงดูดใจและสะอาด

การอภิปรายผล

จากการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของชาวเชียงรายในด้านต่างๆ นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลการวิจัยเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากเพศชายเป็นเพศที่มีนิสัยรักการผจญภัยและชอบเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเพศหญิง ซึ่งเพศหญิงมักต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสะดวกสบาย และความปลอดภัย มากกว่าในบางประเทศ เช่น ประเทศแถบตะวันออกกลาง ไม่เอื้ออำนวยให้ผู้หญิงเดินทางไปยังประเทศอื่นๆ ที่อยู่ห่างไกล ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ บุษบา สุธีธร และภัสวลี นิติเกษตรสุนทร (2541 : 26) พบว่า นักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ สุพรรณา หัศภาค (2545:35) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี เนื่องจากอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลายและวัยทำงาน มีร่างกายสมบูรณ์แข็งแรงจะมีโอกาสในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ ด้วยลักษณะทางกายภาพของนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมักจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งที่ผจญภัย ซึ่งหากคนมีอายุมากขึ้นเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนจะน้อยลง เนื่องจากภาระหน้าที่ การงานและครอบครัว จนกระทั่งเมื่อเกษียณอายุจึงจะมีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนมากขึ้น (สรไกร เต็มถาวร. 2548 : 19) นอกจากนี้ งานวิจัยของสุพรรณา หัศภาค (2545 : 36) กล่าวถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่เดินทางมา จังหวัดเชียงใหม่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของจิรยุทธ บุญแต่ง (2541 : 332) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดมีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา สอดคล้องกับ ผลการวิจัยของธีระวิทย์ พรายแย้ม (2545 : บทคัดย่อ) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่เดินทางมาจากทวีปยุโรปและประเทศสหรัฐอเมริกามากที่สุด

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เนื่องจากเมื่อบุคคลมีการศึกษาที่สูงขึ้น มักจะนิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ และเปิดโลกทัศน์มากขึ้น นั่นหมายถึง ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะเดินทางหรือซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากปัจจัยทางด้านสังคม คือ เพื่อยกระดับฐานะทางสังคมให้สูงขึ้นไปและปัจจัยทางด้านรายได้ เพราะหากบุคคลมีการศึกษาสูงขึ้นทำให้มีโอกาสประกอบอาชีพที่ทำรายได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของธีระวิทย์ พรายแย้ม (2545 : บทคัดย่อ) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากพนักงานบริษัทเอกชนมีรายได้ต่อเดือนค่อนข้างสูงและอาจมีโบนัส เงินรางวัล หรือรายได้พิเศษอื่นๆ ส่งผลให้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่าอาชีพอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุพรรณา หัศภาค (2545 : 36) พบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักจะเป็นผู้ทำงานภาคเอกชนมากที่สุด เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ ธีระวิทย์ พรายแย้ม (2545 : บทคัดย่อ) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ทำงานในบริษัทเอกชน

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งโดยปกติคนโสดมักจะมีอิสระใน การตัดสินใจ ยังไม่มีภาระ หรือพันธะทางครอบครัวและยังมีมิตรสหายร่วมเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุพรรณา หัศภาค (2545 : 36) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000-30,000 US$ ต่อปี ซึ่งรายได้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อรายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอที่จะใช้จ่ายสำหรับ การท่องเที่ยวมากขึ้น หรือออาจจะสรุปได้ว่าเมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สัดส่วนของการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุพรรณา หัศภาค (2545: 36) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 20,000 US$ ต่อปี

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อทำกิจกรรมสันทนาการ และพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวมักใช้วันหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ หรือสนองความอยากรู้อยากเห็น สิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น สนุกสนานกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการพักผ่อนเพื่อขจัดความเหนื่อยล้าหรือพักฟื้นทั้งร่างกาย และจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศศิธร สามารถ (2545 : บทคัดย่อ) พบว่า นักท่องเที่ยวมักใช้เวลาช่วงวันหยุด ตามเทศกาลใน การเดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมสันทนาการ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออินเตอร์เน็ตมากที่สุด เนื่องจากสื่ออินเตอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทันสมัย รวดเร็ว สามารถค้นหาข้อมูลได้ตามต้องการ

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการต้อนรับด้านต่างๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อ ด้านความเป็นมิตรไมตรีอยู่ในระดับดี อาจเนื่องมาจากชาวเชียงรายมีอัธยาศัยไมตรี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่

ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสัมผัสได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธีระวิทย์ พรายแย้ม (2545 : 36) พบว่า สิ่งสำคัญอย่างมากสำหรับประเทศเจ้าบ้าน คือ การสร้างความประทับใจในการต้อนรับของประชาชนหรือพนักงานบริการในพื้นที่ ซึ่งสำคัญไม่น้อยไปกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่แสดงความชื่นชมการมีอัธยาศัยที่ดีของคนไทยว่าคนไทยมีลักษณะพิเศษ คือ มีอัธยาศัยดีมีความอ่อนโยน มีความเป็นกันเอง มีเสน่ห์และพร้อมให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ถึงแม้จะมีปัญหาด้านภาษาที่ใช้สื่อสารกันบ้าง (บุษบา สุธีธร และภัสวลี นิติเกษตรสุนทร . 2541 : 90)

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับดี เนื่องจากจังหวัดเชียงรายเป็นเมืองสงบซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงสุดที่ต้องการจะได้รับความสะดวกสบาย ความประทับใจ ความเพลิดเพลินและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว แต่หากระหว่างการท่องเที่ยวต้องประสบปัญหา หรือเกิดภัยคุกคามชีวิตและทรัพย์สินก็จะกลายเป็นประสบการณ์ที่ไม่ดี และอาจส่งผลต่อการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวในครั้งต่อไป ดังนั้นจากการวิจัยจึงค้นพบว่าการจัดให้มีบริการด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และการให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ และมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการโดยค้นหา วิธีป้องกันภัยให้เหมาะสมกับการบริการที่ดำเนินอยู่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวหมดความกังวลใจ และมั่นใจที่จะใช้บริการ ยินดีจ่ายค่าบริการในอัตราสูงขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวทุกคนย่อมคิดว่าความปลอดภัยสำหรับชีวิตมีค่าสูงกว่า (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548 : 271)

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อด้านความสะดวกในการเดินทางอยู่ในระดับดี โดยได้รับบริการที่ดีและมีความสะดวกพอสมควร โดยมีข้อแนะนำให้จังหวัดเชียงรายแจกแผนที่เดินทาง ตามจุดบริการต่างๆ ให้มากขึ้นและอบรมให้พนักงานขับรถรับจ้าง/รถโดยสารมีความรู้เรื่องภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร ซึ่งองค์ประกอบสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสุข ความสบายและความประทับใจส่งผลให้นักท่องเที่ยวอยากท่องเที่ยวนานวันขึ้น ได้แก่ การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งทั้งทางรถยนต์และทางเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Industrial Market Research Services and Development Service Ltd. (1986) (อ้างถึงในธีระวิทย์ พรายแย้ม. 2545 : 39) พบว่าสาเหตุสำคัญอีกประการหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเนื่องมาจากมีการคมนาคมขนส่งสะดวก อันเป็นปัจจัยดึงดูดความสนใจที่สำคัญ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์อยู่ในระดับดี เนื่องจากได้รับความสะดวกในการเดินทาง การจองที่พัก การจองบัตรเข้าชมสถานที่ และการนำเที่ยว สามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องการมีโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เลือกหลากหลาย ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งโดยมีมัคคุเทศก์นำเที่ยวมักจะไม่เกิดปัญหาเหมือนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง แต่นักท่องเที่ยวจะขาดอิสระในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะแวะระหว่างทาง เพราะรายการนำเที่ยวได้ระบุไว้เรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้บริการจากบุคลากรถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลับมาอีกครั้ง ซึ่ง

มัคคุเทศก์จะต้องมีทักษะและศิลปะในการให้บริการด้วย เช่น ความสามารถในการให้ข้อมูล การใช้ภาษาต่างประเทศ หรือวิธีการบริการที่ก่อให้เกิดความประทับใจ (การท่องเที่ยวและการต้อนรับนักท่องเที่ยว. 2545) ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุพรรณา หัศภาค (2545 : 39) พบว่า บริการนำเที่ยวเป็นธุรกิจการอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อด้านบริการข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับดี แต่ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งปัจจัยพื้นฐาน ทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบการสื่อสารเพื่อความสะดวกในการจองที่พัก การติดต่อกับครอบครัว นอกจากนี้การให้ข้อมูลคำอธิบาย ป้ายบอกทางเป็นภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก บริการโทรศัพท์ ระบบอินเตอร์เน็ต และสื่อที่ครบวงจรจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารได้ถูกต้องแม่นยำ ทำให้เกิดความต้องการเดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงราย โดยต้องมีรายละเอียดประกอบการพิจารณาตัดสินใจ ว่ามีสิ่งที่น่าสนใจอะไรบ้าง ซึ่งจากผลการวิจัยของสุพรรณา หัศภาค (2545 : 39) พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลและคำแนะนำจากหนังสือท่องเที่ยวมากเป็นอันดับหนึ่ง

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคอยู่ในระดับดี โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้สัมผัสกับสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสาธารณูปโภคที่มีเพียงพอ ได้แก่ ถนนหนทาง ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า แต่เสนอแนะให้มีการปรับปรุงโทรศัพท์สาธารณะ และห้องน้ำสาธารณะให้สะอาดและพร้อมใช้งานเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของบุญเลิศ เปเรร่า (2543 :123) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อระบบการกำจัดขยะมูลฝอย ไฟฟ้า น้ำประปา สายการบิน ท่าอากาศยาน ถนนและระบบขนส่งมวลชน เพื่อทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด นอกจากนี้ธีระวิทย์ พรายแย้ม (2545 : 36) กล่าวถึงปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ระบบสาธารณูปโภคที่ทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางและเพลิดเพลินในการพักผ่อน ในขณะที่ผลงานวิจัยของ บุษบา สุธีธร และภัสวลี นิติเกษตรสุนทร (2541 : 107) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบปัญหาห้องน้ำ ในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งสกปรก ไม่สะดวก และไม่มีกระดาษชำระ

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อด้านสถานที่พักอยู่ในระดับดี เนื่องจากจังหวัดเชียงราย มีสถานที่พักหลากหลายรูปแบบและมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบด้านที่พักอาศัยถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยว แต่ละครั้งจะต้องมีการพักค้างคืนจากผลการศึกษาของบุญเลิศ เปเรร่า (2543 : 120) พบว่าโรงแรมทุกแห่งสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้โดยการฝึกอบรมพนักงานให้ มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่การงานให้มีความกระตือรือร้น มีอัธยาศัยนอบน้อม มีบุคลิกน่าเชื่อถือ เข้าใจลูกค้า และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ซึ่งโรงแรมที่พักมักเป็นที่โปรดปรานของนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพส่วนใหญ่นิยมพักโรงแรมชั้นหนึ่งและระดับกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ธีระวิทย์ พรายแย้ม (2545 : 63) พบว่าจากการวิเคราะห์ลักษณะการพักแรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเป็นการพักแรมในโรงแรมมากที่สุด

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อด้านการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง อยู่ในระดับดี โดยพบว่า เจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพ และบริการด้วยความรวดเร็ว โดยเฉพาะบริเวณด่านศุลกากรแม่สายและการตรวจหนังสือเดินทางที่สนามบิน เนื่องจากการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญเป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยวจะผ่านเข้า-ออกประเทศอย่างประทับใจมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นบริการขนถ่ายกระเป๋าเดินทางที่รวดเร็ว การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นของติดตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอ ตลอดจนความสะดวกในการต่อวีซ่า เมื่อนักท่องเที่ยวประสงค์ที่จะขออนุญาตอยู่ต่อชั่วคราวหลังจากครบกำหนดตามที่ได้ขออนุญาตไว้ โดยจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยู่ต่อนานวันขึ้น เพราะหากบริการเป็นที่น่าประทับใจนักท่องเที่ยวจะนำประสบการณ์ที่ดีไปบอกเล่าต่อๆ กัน ทำให้ภาพลักษณ์ของ การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายดียิ่งๆ ขึ้นไป

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีทัศนคติต่อด้านอาหารและภัตตาคารอยู่ในระดับดี เนื่องจากจังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารเพียงพอ หาง่าย ราคาไม่แพง และชื่นชอบในรสชาติอาหารไทย แต่ควรปรับปรุงเรื่องความสะอาดของอาหารและบรรยากาศภายในร้าน จากผลการวิจัยของธีระยุทธ เกียรติพิริยะวงศ์ (2539) พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทุกกลุ่มสัญชาติจะใช้บริการในร้านอาหารตามโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ มักรับประทานอาหารในร้านอาหารไทย โดยชอบรับประทานอาหารไทยมากที่สุด และปัจจัยที่มีส่วนให้กลับมาใช้บริการอีก ได้แก่รสชาติอาหาร การบริการ ราคา และความสะอาดของภาชนะ/เครื่องใช้ นอกจากนี้ยังสอดคล้อง กับผลงานวิจัยของนภาวรรณ นพรัตน์นราภรณ์ (2543) พบว่า อาหารไทยเป็นอาหารที่ชาวต่างประเทศทั่วโลกส่วนใหญ่ชอบ โดยชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เคยรับประทานอาหารไทยมาก่อนที่จะเดินทางมาประเทศไทย และจากจำนวนชาวต่างประเทศเกือบทั้งหมดชอบรับประทานอาหารไทย ส่วนมากชอบรสชาติที่เผ็ดร้อน ซึ่งเป็นรสชาติที่ถูกปาก อาจเพราะแปลกกว่าอาหารของประเทศเขาเอง และพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในโรงแรม มีความพึงพอใจในการรับบริการด้านการยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร เสื้อผ้าสุภาพเรียบร้อยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในแง่การตลาดและการบริหารจัดการ โดยหน่วยงานของรัฐบาล ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายหลักของจังหวัดเชียงรายน่าจะให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุรุษ ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายรองเน้นการท่องเที่ยวโดยสามารถทำกิจกรรมได้ทั้งครอบครัวไม่ว่าจะเป็นกลุ่มสตรีวัยรุ่นและวัยผู้สูงอายุ นอกจากนี้ควรขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาไปยังประเทศต่างๆ ในแถบยุโรปและภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลก โดยให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้รายละเอียดต่างๆ เน้นให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมสันทนาการและได้พักผ่อนอยู่ในจังหวัดเชียงรายอย่าง มีความสุข นอกจากนี้รัฐบาลจะสามารถใช้ความต้องการที่แท้จริงจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากการวิจัยเชิงคุณภาพในการกำหนดนโยบายและสร้างกลยุทธ์ เพื่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง ซึ่งสื่อบุคคลเป็นอีกสื่อ

หนึ่งที่มีผลเป็นอย่างมากเพราะเมื่อนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวพึงพอใจ ประทับใจก็จะกลับมาเยือนตลอดจนบอกต่อๆ กันไป ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นสำคัญที่จะส่งผลต่อบทบาทใน การกำหนดจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในแง่สิ่งจูงใจก่อนที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเชียงรายมากที่สุด นั่นคือ อัธยาศัยไมตรีอันดีงาม ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน อาหารไทย ความสะดวกในการเดินทาง สถานที่พัก เป็นประเด็นหลักๆ ที่จะกลายเป็นจุดขายและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.1 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรปลุกจิตสำนึกร่วมกันของคนในท้องถิ่น ในการต้อนรับนักท่อง-เที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ นอกจากจะมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีงามแล้ว ควรสนับสนุนให้ช่วยกันดูแลรักษาชุมชนของตนตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นการรักษาสาธารณสมบัติของชาติให้ยั่งยืนต่อไป

2.2 ควรเผยแพร่และสร้างความภาคภูมิใจให้เกิดแก่คนไทยว่าอัธยาศัย น้ำใจไมตรี การยิ้มแย้มแจ่มใสมารยาทอันดีงามของคนไทย และวิธีปฏิบัติต่อแขกผู้มาเยือนได้รับความชื่นชม สร้างความประทับใจ แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก

2.3 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือสถานทูตไทยในต่างประเทศ ซึ่งมีอยู่ทุกภูมิภาค ทั่วโลก สมาคม องค์กร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรแสดงบทบาทที่เด่นชัดในการนำผลการวิจัยไปกำหนด กลยุทธ์ทางการตลาดโดยเฉพาะการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยกำหนดเป็นเครื่องมือการสื่อสารตลาด แบบครบเครื่อง (IMC Integrated Marketing Communication) ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ

2.4 การกำหนดมาตรการและหนุนเสริมระบบการสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเสริมสายตรวจ ตำรวจท่องเที่ยว พนักงานรักษาความปลอดภัย ตลอดจนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น กล้องวงจรปิดและระบบการตรวจคนเข้า-ออกเมือง ลดปัญหาความล่าช้าในการตรวจหนังสือเดินทาง การจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อให้ความช่วยเหลือ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

2.5 หน่วยงานของรัฐควรมีการกำกับดูแลควบคุมความประพฤติ จับกุมพนักงานขับรถรับจ้าง/รถโดยสาร/รถสาธารณะต่างๆ ในเรื่องของการมีใบอนุญาตขับขี่ การปฏิบัติตามกฎจราจร การบริการ การขับขี่ด้วยความสุภาพ การเรียกเก็บเงินค่าโดยสารที่เป็นธรรมไม่สร้างความรำคาญโดยการรุมนักท่องเที่ยว เพื่อให้มาใช้บริการรถของตนเป็นต้นและควรฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องภาษาต่างประเทศแก่พนักงานขับรถด้วย นอกจากนี้เจ้าหน้าที่รัฐควรควบคุมดูแลในการที่พ่อค้าแม่ค้าบางรายรุมขายสินค้าแก่นักท่องเที่ยว โดยควรจัดพื้นที่ขายสินค้าให้ชัดเจนตลอดจนไม่โก่งราคา หรือเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.6 ควรจัดให้มีป้ายสัญลักษณ์ที่เป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศที่สำคัญ เช่น ภาษาจีน/ภาษาญี่ปุ่น ตามปริมาณของนักท่องเที่ยว โดยป้ายสัญลักษณ์ริมทางควรสื่อความหมายและแสดงออก ถึงภาพลักษณ์ของสถานที่ชัดเจน ใช้ภาษาที่ง่ายต่อการจดจำ ใช้เวลาอันสั้นในการทำความเข้าใจ เพื่อสร้างความอบอุ่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.7 ในส่วนของข้อมูลทางการท่องเที่ยวนอกจากจะใช้ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตและสื่อบุคคลแล้ว ควรจัดทำเป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ เป็นแผ่นพับ

ไกด์บุ๊ค (Guide Book) จดหมายข่าว จัดทำแผนที่ที่สมบูรณ์ แจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถให้รายละเอียดได้ดีและใช้พกติดตัวนักท่องเที่ยวได้

2.8 คนไทยผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวควรพัฒนาการเรียนรู้ด้านภาษาต่างประเทศให้มากขึ้น โดยเฉพาะคนในพื้นที่ท่องเที่ยว พนักงานผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลใน การสื่อสาร สร้างความเข้าใจอันดี และทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประทับใจ

2.9 ร่วมมือกับสมาคม ชมรมบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวและแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยว/โปรแกรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงราย และสามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่นๆ หรือประเทศใกล้เคียงได้

2.10 พยายามส่งเสริมให้มีการจัดประชุมนานาชาติและการท่องเที่ยวแบบให้บำเหน็จรางวัล (Incentive Tour) มาสู่จังหวัดเชียงราย โดยอาศัยความร่วมมือกับภาครัฐบาลและภาคเอกชนทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงรายมากขึ้นและเป็นช่องทางนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศจำนวนมาก

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเจาะลึกในรายละเอียดของนักท่องเที่ยวแต่ละทวีป/ภูมิภาค เพื่อให้ได้ทัศนคติ ความคิดเห็นและความต้องการที่แท้จริงอันจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของประชาชนในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศไทย

3. ควรมีการศึกษาถึงความพร้อมของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

4. ควรมีการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายและจังหวัดอื่นๆ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

5. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ต่อมาตรฐานในการให้บริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

6. ควรมีการศึกษาอุปสงค์ อุปทานและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ของจังหวัดเชียงราย

การพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น สร้างความเชื่อมั่นว่าสามารถเที่ยวทั่วไทยได้โดยปลอดภัย รวมทั้งพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ มีทักษะในการบริการแบบมืออาชีพ ยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริการ มีความรู้รอบตัวทั้งภาษา วัฒนธรรม และสังคมอย่างกว้างขวางรวมทั้งมีจิตสำนึกว่า "ในเมืองไทย คนไทยทุกคนคือเจ้าบ้าน" จะช่วยให้การจัดการ การท่องเที่ยวมีคุณภาพ ส่งผลให้สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือนอย่างไม่รู้ลืม ซึ่งข้อมูลที่ได้จะมีความเหมาะสมในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบ และกลยุทธ์ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และเป็นข้อมูลที่จะทำให้จังหวัดเชียงราย หรือจังหวัดอื่นๆ มีแนวทางในการเตรียมความพร้อมเพื่อการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และนำไปสู่ความเป็นเลิศทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสืบไป

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **การท่องเที่ยวและการต้อนรับนักท่องเที่ยว.** กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. (2546). **สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภาคเหนือ.** กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. (2548). **สถิติจำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนปี 2548.** กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2549). **รวมบทความการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปี พ.ศ. 2548.** กรุงเทพฯ : สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ธีระวิทย์ พรายแย้ม. (2545). **การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์. วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุญเลิศ เปเรร่า. (2543). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าอิสระ. บธ.ม.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุษบา สุธีธร และภัสวลี นิติเกษตรสุนทร. (2541). **เจตคติและความประทับใจของชาวต่างประเทศที่ได้มาเยี่ยมประเทศไทย.** กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ.

ศูนย์บริการวิชาการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. (2545). **สำรวจพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย.** กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สรไกร เติมถาวร. (2548). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี.** สารนิพนธ์. บธ.ม.(บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุพรรณา หัศภาค. (2545). **ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

การศึกษาเอกลักษณ์ชนเผ่าไทยแสกแถบลุ่มแม่น้ำโขง เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนเพื่อการท่องเที่ยว

กรณีศึกษา : บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

A Study of Thai-Saek Tribe's Identities of Mekong River Environment for Tourism in Upper Part from North eastern Thailand
The Case study of Ban Ard-Samard Ard-Samard Subdistrict Muang District Nakhon Phanom Province

พณิฐา ยงพิทยาพงศ์ วีระศักดิ์ จุลดาลัย ภาวดี พันธรักษ์
มหาวิทยาลัยนครพนม
Panitha Yongpittayapong, Weerasak Juldalai, Pavadee Pantharak
Nakhonphanom University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบท เอกลักษณ์และศักยภาพด้านต่างๆ ของชนเผ่าไทยแสก โดยเน้นการรวบรวมข้อมูลที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าไทยแสก รวมทั้งให้สมาชิกชุมชนได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมของตนให้คงอยู่คู่กับชุมชนและเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบชุมชนมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อพัฒนาท้องถิ่น ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนไทยแสก เป็นชนเผ่าพื้นเมืองจำพวกข่า มีภาษาพูดเป็นของตนเอง อยู่ในกลุ่มตระกูลภาษาไท-กะได แต่ไม่มีภาษาเขียน ที่ตั้งถิ่นฐานเป็นทำเลที่มีทั้งแม่น้ำโขงและทิวเขา รวมทั้งเกาะกลางแม่น้ำโขงของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่สวยงาม การแต่งกายของชนเผ่าไทยแสกจะมีการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง โดยเป็นเสื้อผ้าที่ทำจากผ้าฝ้ายทอมือและย้อมคราม ด้านพิธีกรรม เนื่องจากชนเผ่าไทยแสกมีการนับถือผีและบรรพบุรุษ จึงมีพิธีกรรมมากมาย เช่น พิธีกินเตดเดน พิธีสะเดาะเคราะห์ ส่วนบุญประเพณีจะมีการจัดบุญประเพณีตาม "ฮีตสิบสอง" คล้ายกับชาวไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่ ชาวไทยแสกมีกิจกรรมการละเล่นที่เป็นเอกลักษณ์ของตน เช่น การเล่นแสกเต้นสาก การเล่นบั้งขึ้น นอกจากการละเล่นแล้วยังมีเพลงของชุมชนไทยแสกอีกมากมาย เพราะมีครูภูมิปัญญาในด้านการแต่งเพลงอยู่ในชุมชน ศักยภาพชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถเป็นชุมชนที่มีศักยภาพมาก นับตั้งแต่โครงสร้างพื้นฐานด้านต่างๆ การอยู่ใกล้ตัวเมือง เพียง 3 กิโลเมตร มีความสะดวกสบายทั้งไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ อินเตอร์เน็ตตำบล รถโดยสารประจำทางสามารถเดินทางได้ทั้งทางบกและทางน้ำ ทางด้านเศรษฐกิจนับว่าเป็นชุมชนที่มีศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจดี เพราะสมาชิกชุมชนมีการเลี้ยงปลาในกระชังที่หลากหลายชนิด การจับปลาจากธรรมชาติ การเกษตรกรรมริมฝั่งแม่น้ำโขง มีการผลิตภัณฑ์น้ำดื่มของชุมชน มีสถานีอนามัยและกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน รวมทั้งชมรมผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มดูแลระบบสาธารณสุขของชุมชน ส่วนความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินจะมีอาสาสมัครรักษาความปลอดภัยประจำหมู่บ้านคอยเป็นเวรยามรักษาการณ์สม่ำสมอ ชาวไทยแสกเป็นผู้มีอัธยาศัยดี มีความเป็นกันเอง มีแววตาที่เป็นมิตร มีภาษาแสกที่เป็นเสน่ห์ มีอาหารที่ประกอบขึ้นจากปลาน้ำโขง และสมุนไพร รวมทั้งผัก

ปลอดสารพิษจากสวนเกษตรอินทรีย์ที่มีรสชาติอร่อย มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความสามารถที่จะรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้ เพราะชาวไทยแสกมีความร่วมมือร่วมใจกันสูง เช่น การทำความสะอาดถนนตลอดจนริมรั้วในบริเวณใกล้บ้านของแต่ละคน โดยทำเป็นกิจวัตร หลังจากโครงการวิจัยเสร็จพบว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงภายในชุมชนอย่างชัดเจน โดยจะเห็นได้ว่าชาวไทยแสกได้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมของตนเองจนสามารถจัดตั้งเป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมไทยแสกได้สำเร็จ มีการรื้อฟื้นกิจกรรมการละเล่น ท่ารำต่างๆ ขึ้นมาใหม่และมีการเตรียมการโครงสร้างพื้นฐานด้านต่างๆ ไว้รองรับการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนไทยแสกต่อไป

Abstract

The purpose of this research is to study various area, identity and potentiality ofThai-Saek tribe. Emphatically collected data which is identity of Thai-Saek tribe including to participation of owner original culture conservation and to prepare for cultural tourism. To use participatory Action Research for local development. The results are as follows : Thai-Saek Tribes are original community named Kha. There are native language which in Thi-Kadai Groups without written language. They have region nearby Khong river and mountain range including to beautiful island of The Lao People ; Democratic Republic. Thai-Saek's dress made of handicraft and dyed blue. Various rituals of Thai-Saek have respect to ghosts and ancestors such as Kin-Ted-Den, to avert a catastrophe by a magic power. But they have "Heet-Sib-Song" Traditions like the most north eastern regions. Thai-Saek's activities are identities such as Saek-Ten-Sak and Bang-Khon except on activities Thai-Saek's tribes have various music because communities have original music teacher. Ban Ard-Samard is communities of potentiality and fundamental constructions that is to say : It has comfortable about electricity, water-supply, telephone, internet and bus. Tourism to Ban Ard-Samard has two ways ; road and water route. Its economy is good level because communities breed fish, catch fish, agriculture up the Mekong river-side. Local water drinking products, local health station and public health volunteer including to the old persons who take care system of public health. But there are safe-guards to take care safety-life and properties. Thai-Saek has a good worm, to be cordial, to be expression of good eyes, to have charms of Thai-Saek's languages to have food made from Mekong river fish and local herbs including to vegetables without poison from organic agriculture garden which have a good taste. There are various tourism activities which can support cultural tourism. Because Thai-Saek has a good cooperation such as the routine of Thai-Saek communities are cleaning on the road and nearby village each. The completed research is as follows: There has obvious change into communities. It is obviously that Thai-Saek realizes the importance of the owner culture named Thai-Saek culture. There have reversion of amusing activities such as various dancing positions and to prepare various fundamental constructions to support cultural tourism of Thai-Saek communities in the future.

คำนำ

เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนเป็นเขตภูมิภาคที่มีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ต่อเนื่องยาวนานกว่าพันปี มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทาง

ชีวภาพและความหลากหลายของวัฒนธรรมชนเผ่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งสองฝากฝั่งแม่น้ำโขงเต็มไปด้วยพหุลักษณ์ของชาติพันธุ์ ภาษา และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้คนนับร้อยล้านคน เช่น เผ่าไทยแสก เผ่ากะเลิง เผ่าไทยญ้อ เผ่าภูไทย เผ่าไทยโส้ เผ่าไทยข่า เผ่าไทยตาด เผ่าไทย-ลาว โดยแต่ละชนเผ่าพื้นเมืองยังคงรักษาเอกลักษณ์เรื่องภาษา การกินอยู่ การแต่งกาย และยังคงดำรงประเพณีดั้งเดิมที่สืบทอดมาหลายชั่วอายุคน โดยมีสายน้ำโขงที่ไหลเวียนหล่อเลี้ยงชีวิต การดำรงชีวิต ความเป็นอยู่ของชนเผ่าแถบลุ่มน้ำโขง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการใช้ความรู้ ภูมิปัญญา ประสบการณ์และความสามารถนำพาให้ผู้ที่เดินทางรับรู้และสัมผัสกับชีวิตของชนเผ่าพื้นเมืองแถบลุ่มแม่น้ำโขง

ชาวไทยแสก เป็นกลุ่มชนพื้นเมืองกลุ่มหนึ่งที่เดินทางผ่านห้วงเวลาอันแสนทุกข์ระทมขมขื่น กว่าจะมาตั้งเป็นหมู่บ้านไทยแสกหนทางแสนยากลำบาก ที่ผ่านมานำพาให้เกิดความเข้าใจ ความสามัคคี ความเป็นหนึ่งอันเดียวกันในสังคม มีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพความเป็นอยู่ของสังคมในปัจจุบันได้อย่างลงตัว การดำเนินชีวิตในแต่ละวันอยู่ในขอบเขตประเพณีความเชื่อและวัฒนธรรมของท้องถิ่น เหมือนการรักษาสายเลือดให้คงไว้ไม่ให้สูญหายไปกับกาลเวลา แต่กระแสธารแห่งการเปลี่ยนแปลงที่เชี่ยวกรากพัดพาเอาผู้คนให้พลัดพรากเสมือนรากเหง้าแห่งเผ่าพันธุ์ที่ขาดหายไปที่อื่น แต่ก็ยังคงเจริญเติบโตสืบทอดเผ่าพันธุ์ไว้ได้ เปรียบได้กับไทยแสกที่ดำเนินชีวิตด้วยความสงบเรียบร้อยอยู่แบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

จากการศึกษาในพื้นที่และสำรวจอย่างต่อเนื่อง พบว่าตำบลอาจสามารถเป็นเพียงตำบลเดียวที่ยังคงรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีของชาวไทยแสกไว้อย่างเหนียวแน่น รวมทั้งดำรงไว้ซึ่งความเชื่อต่างๆ ที่มีสืบต่อกันไว้เพื่อให้ลูกหลานได้รับรู้ถึงความเป็นมาของบรรพบุรุษ สะท้อนความเป็นไปตั้งแต่อดีตจวบจนปัจจุบัน การรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์อันดีงามประกอบกับมีภาษาที่โดดเด่นรวมเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ตำบลอาจสามารถจึงเปรียบเสมือนแหล่งรวบรวมขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและความเชื่อที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งควรค่าแก่การอนุรักษ์ให้คงอยู่กับวัฒนธรรมไทยและควรค่าแก่การศึกษา พร้อมทั้งมีภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีเอกลักษณ์ประจำเผ่าไทยแสก กอปรกับที่ตั้งตำบลอาจสามารถส่วนใหญ่จะเป็นบริเวณริมฝั่งแม่น้ำโขงที่ทิวทัศน์สวยงามประกอบกับทิวเขาที่เป็นธรรมชาติสวยงามจากฝั่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวทอดยาวตลอดแนวและบรรยากาศความเป็นกันเองของชาวไทยแสก จึงทำให้เกิดแนวคิดที่จะอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมรวมทั้งประเพณีของชาวไทยแสก

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

แบบของโครงการวิจัย

โครงการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบชุมชนมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อพัฒนาท้องถิ่น โดยให้สมาชิกชุมชนไทยแสกมีส่วนร่วมในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลและการจัดการระบบข้อมูลเอกลักษณ์ท้องถิ่นประจำชนเผ่าไทยแสก

การดำเนินการวิจัย

1) จัดประชุมชี้แจงวัตถุประสงค์และวิธีการดำเนินงานของโครงการกับสมาชิกชนเผ่าไทยแสก รวมทั้งการขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล พัฒนาชุมชน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด สภาวัฒนธรรมจังหวัด สำนักงานพัฒนาที่ดิน สำนักงานเกษตรอำเภอ

2) ประชุมทีมวิจัยเพื่อวางแผนการทำกิจกรรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

3) คณะผู้วิจัยรวบรวมและศึกษาประวัติความเป็นมาของชนเผ่าไทยแสก บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม โดยการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลชนเผ่าไทยแสกในด้านต่างๆ ได้แก่ การจัดเวทีชาวบ้าน จากหลักฐานที่ปรากฏอยู่ในชุมชน การสังเกตจากสภาพความเป็นจริงและการสัมภาษณ์ผู้นำชนเผ่าและสมาชิกเกี่ยวกับบริบทชนเผ่าในด้านต่างๆ รวมทั้งการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลผู้นำชนเผ่าและผู้อาวุโสของชนเผ่า

4) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดทำระบบข้อมูลเอกลักษณ์ท้องถิ่นประจำชนเผ่าไทยแสก เพื่อนำเข้าระบบสารสนเทศทางการท่องเที่ยวในรูปแบบสื่อประสม

5) จัดประชุมสัมมนาเพื่อสรุปผลการการศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นประจำชนเผ่าไทยแสกในรูปของระบบข้อมูลเอกลักษณ์ท้องถิ่นชนเผ่าไทยแสก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์ กระบวนการกลุ่มสัมพันธ์ กระบวนการกลุ่มย่อยและใช้เทคนิควิธี A.I.C โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1) ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือในการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครพนม เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการต่างๆ

2) ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ไปสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล และการสัมภาษณ์กลุ่มเน้นด้วยตนเอง ซึ่งจะทำให้ทราบถึงบริบทชุมชน และสภาพความเป็นจริงของชนเผ่าพื้นเมืองในด้านต่างๆ รวมทั้งสามารถพูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลได้ หากผู้ให้ข้อมูลให้ข้อมูลไม่ตรงประเด็นหรือไม่เข้าใจคำถามในการสัมภาษณ์

3) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มประชากรที่เป็นสมาชิกชนเผ่าไทยแสก โดยการจัดเวทีการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อให้สมาชิกชนเผ่าต่างๆ ได้ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมวิเคราะห์และร่วมสังเคราะห์ด้วยตนเอง

4) จัดประชุมสัมมนาร่วมกับชนเผ่าต่างๆ ในกระบวนการสรุปผลจากกิจกรรมข้างต้น

เพื่อให้ได้ระบบข้อมูลเอกลักษณ์ท้องถิ่นประจำชนไทยแสก ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบ Content Analysis ไปพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูลโดยให้สมาชิกชนเผ่าไทยแสกทุกท่านร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับคณะผู้วิจัย โดยใช้เทคนิค SWOT Analysis, Mindmapping และ A.I.C ในเวทีสาธารณะของชุมชนไทยแสกเอง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) การสัมภาษณ์กลุ่มเน้น (Focus Group Discussion) การสัมภาษณ์แบบหยั่งลึก

2) การสนทนากลุ่ม

3) การร่วมประเมินสถานการณ์ (Participatory Rapid Appraisal, PRA)

4) เทคนิค A.I.C.

5) เครื่องมือ Mindmapping , Time Line

ขอบเขตการวิจัย

สมาชิกชนเผ่าไทยแสก หมู่ที่ 5 และหมู่ที่ 6 บ้านอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม

วิธีการศึกษา

1) การศึกษาบนโต๊ะ (Desk study) เพื่อทบทวนความรู้ที่มีอยู่ ผลการศึกษารายงาน เอกสาร นโยบาย รวมทั้งยุทธศาสตร์ของรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่อาจใช้เป็นแหล่งข้อมูลได้

2) การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลบริบทชุมชนด้านต่างๆ

3) การสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ความเข้าใจประเด็นหลักของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าไทยแสก

4) การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้เนื้อหาของชนเผ่าไทยแสกที่ชัดเจน และครบถ้วน

5) การสังเกต เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโครงสร้างทางสังคมและสภาพแวดล้อมในชุมชน

ผลการศึกษา

เอกลักษณ์ชนเผ่าไทยแสก

ด้านประวัติศาสตร์

พบว่าชาวไทยแสก เป็นชนเผ่าพื้นเมืองจำพวกข่า มีภาษาพูดที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง อยู่กลุ่มตระกูลภาษาไท-กะได ซึ่งมีประวัติ ความเป็นมาที่ชัดเจนและสามารถจัดทำเป็นตำนานชาวเผ่าไทยแสกไว้เป็นข้อมูลสนับสนุนการท่องเที่ยวด้านชาติพันธุ์ของชนเผ่า การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวตามสายธารแห่งภาษาไท-กะได

ด้านตำแหน่งที่ตั้งของชุมชน

พบว่า เป็นชุมชนที่มีชัยภูมิที่หาที่อื่นเปรียบเทียบไม่ได้ คือ มีทั้งความสวยงามจากลำน้ำโขงริมฝั่งปลูกดอกไม้ประดับ รวมทั้งการทำเกษตรอินทรีย์ การทำการประมง การคมนาคมทางน้ำ มีเกาะกลางลำน้ำโขง ซึ่งเป็นของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งยังอุดมสมบูรณ์ หากมีการเจรจาระดับท้องถิ่นคาดว่าจะสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับประเทศเพื่อนบ้านได้ในระดับท้องถิ่น

ด้านการปกครอง

พบว่า ซอยต่างๆ ในบ้านอาจสามารถ จะมีตำนานความเป็นมา ซึ่งล้วนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์นั้นไว้จนทุกวันนี้ ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องราวที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลสนับสนุนการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี รวมทั้งบ้านเรือนที่อยู่ในแต่ละซอย จะช่วยกันรักษาความสะอาดภายในซอยของตนเอง ทำให้เป็นชุมชนที่น่าอยู่ น่าศึกษา ดังเช่น

ซอยแดนสำราญ เพราะอยู่ติดเขตแดนบ้านสำราญ เดิมชื่อซอยพิชิตชายแดน เนื่องจากเคยเป็นที่ตั้งปืนใหญ่ ขุนพิชิตต่อสู้ในสงครามกรณีพิพาทอินโดจีน

ซอยพิทักษ์ชายแดน เดิมชื่อซอยผจญปัจจามิตร เนื่องจากเป็นบุคคลสำคัญที่ตั้งเมืองคนหนึ่ง คือ ขุนผจญปัจจามิตร

ซอยเทพารักษ์ ตั้งให้คล้องจองกับ “หอคุณ” คือ “เดน” และเป็นที่ตั้งศาลหว่วโองมู้

ซอยบรมหายโศก เป็นสถานที่ตั้งหมู่บ้านครั้งแรก เดิมชื่อป่าหายโศก

ซอยบุตรดีปฐม เจ้าเมืององค์แรกที่ตั้งเมือง คือ ท้าวค้านบุดดี

ซอยมงคลบุรี ตั้งเพื่อเกียรติแก่หมู่บ้านที่ได้เป็นเมือง

ซอยพิทักษ์ประชาชน ชื่อขุนพิทักษ์ประชาชนอาศัยอยู่ซอยนี้และดำรงตำแหน่งอุปราช (ผู้ช่วย)

ซอยชนานุรักษ์ ชื่อขุนชะนานุรักษ์อาศัยอยู่ซอยนี้ และดำรงตำแหน่งเป็นอุปราช (อุปฮาด)

ซอยเอกอาษา ชื่อเจ้าเมืองอาจสามารถ คือ หลวงเอกอาษา อาศัยอยู่ที่ซอยนี้

ซอยหลักเมือง ชาวแสกนับถือหลักเมือง (ผี) ที่ซอยนี้

ด้านวัฒนธรรมชนเผ่า วัฒนธรรมชนเผ่าด้านภาษา พบว่าชนเผ่าไทยแสก เป็นกลุ่มชาติพันธุ์จำพวกข่า มีภาษาพูดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งเป็นภาษาพูด ไม่มีภาษาเขียน ภาษาพูดของชนเผ่าไทยแสกมีลักษณะเฉพาะที่มีเสน่ห์

น่าสนใจ นับว่าเป็นจุดเด่นอีกอย่างหนึ่งทางด้านวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์เข้ากับการจัดการการท่องเที่ยวด้านภาษา ซึ่งสามารถทำเป็นหลักสูตรสอนภาษาให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจ อาจจะเป็นภาษาไทยแสกเพื่อการสื่อสาร

วัฒนธรรมด้านพิธีกรรม

พบว่า ชนเผ่าไทยแสกมีพิธีกรรมที่มากมาย ซึ่งแต่ละพิธีกรรมสามารถบันทึกแยกเป็นแต่ละประเภท เพื่อเป็นข้อมูลไว้สนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถที่จะเลือกศึกษาแต่ละพิธีกรรมตามความสนใจของแต่ละคน ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวแบบทางเลือก ซึ่งสามารถจัดโดยชุมชนไทยแสก เช่น

พิธีกินเตดเดน โดยมีความเชื่อความศรัทธาในเรื่องภูตผีวิญญาณและสิ่งศักดิ์สิทธิ์สูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผีบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว แต่เชื่อว่าดวงวิญญาณเหล่านั้นยังคงทำหน้าที่คอยปกป้องคุ้มครองเหตุเภทภัยต่างๆ ให้แก่สังคมและคอยดูแลสังคมให้ดำรงอยู่อย่างสงบสุข ผีบรรพบุรุษที่ชาวไทยแสก บ้านอาจสามารถให้ความนับถือโองมู้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อเรื่องภูตผีวิญญาณและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สิงสถิตอยู่ศาลเจ้าเดนหว่ัวโองมู้ เชื่อว่าดวงวิญญาณของผีบรรพบุรุษเหล่านี้สามารถติดต่อกับมนุษย์ได้โดยผ่านการสื่อสารกับกวนจ้ำ ซึ่งทำหน้าที่สื่อกลางระหว่างผีบรรพบุรุษกับมนุษย์ ความเชื่อในเรื่องวิญญาณโองมู้ มีความสำคัญและมีบทบาทต่อวิถีชีวิตของชาวไทยแสก บ้านอาจสามารถเป็นอย่างมาก ในทุกปีชาวไทยแสกบ้านอาจสามารถจะแสดง “การเต้นสาก” เพื่อบวงสรวง **โองมู้** วันตรุษแสกทางภาษาแสกเรียกว่า “กิ๋นเตด” หรือ **พิธีกินเตดเดน** ชาวบ้านก็จะมาร่วมพิธีและเต้นสากบวงสรวงโองมู้

พิธีเหลี่ยงมาง หรือพิธีเลี้ยงผี เป็นพิธีกรรมที่ทำขึ้นเพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิต เพื่อให้ทุกคนในหมู่บ้านอยู่เย็นเป็นสุข ยึดถือกันมาแต่โบราณกาล โดยมีคุณยายเถิม หาวัง ซึ่งเป็นผู้สืบทอดประเพณีนี้มาจากบรรพบุรุษ และเชื่อว่าถ้าไม่ทำพิธีนี้ก็จะมีอันเป็นไป การทำพิธีเริ่มในเดือน 4 ขึ้น 4 ค่ำ

พิธีสะเดาะเคราะห์ เป็นพิธีกรรมที่ทำขึ้นเมื่อเจ็บป่วย มีลางร้ายและฝันร้าย เป็นการส่งเคราะห์ออกไปจากตัว จะได้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ โดยมีหมอสะเดาะเคราะห์ ทำหน้าที่สวด หรือเป็นพระภิกษุสงฆ์ทำหน้าที่สวด โดยมีอุปกรณ์ประกอบพิธี คือ กระทงสี่เหลี่ยม ทำด้วยกาบกล้วย (เปลือกต้นกล้วย) สามารถวางลอยน้ำได้ ทำธงเท่ากับอายุของคนสะเดาะเคราะห์ ปักประดับที่กระทงสี่เหลี่ยม หรือวางนอนไว้ในกระทงถ้าจำนวนมาก เครื่องบูชาประกอบด้วยอาหารหวาน ได้แก่ ข้าวดำ ข้าวขาว ข้าวแดง (ข้าวเหนียวคลุกน้ำตาล) และอาหารคาว รวมทั้งน้ำให้จัดให้ครบถ้วน วาดหุ่นตัดเป็นรูปหุ่นโดยใช้กากกล้วย (เปลือกต้นกล้วย) เป็นสัญลักษณ์แทนคนที่สะเดาะเคราะห์ ในกระทงอาจมีเงินหรือสิ่งของที่แทนสัญลักษณ์ของผู้สะเดาะเคราะห์ เช่น ของใช้เล็กน้อยๆ และที่ขาดไม่ได้ คือ ฝ้ายผูกข้อมือ ฝ้ายทำพิธีโค้งพันรอบๆ กระทง พิธีจุดเทียน หมอสวดจะเป็นผู้สวด และบางครั้งมีการประพรมน้ำมนต์

วัฒนธรรมด้านการละเล่น

พบว่าชุมชนไทยแสกมีละเล่นที่ยังคงอนุรักษ์อย่างหลากหลาย ซึ่งแต่ละอย่างเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทยแสกเท่านั้น ซึ่งเป็นการละเล่นที่สามารถนำมาดูที่ชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถแห่งเดียว นับว่าเป็นชุมชนที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นที่เป็นจุดเด่นสามารถนำมาเสนอเพื่อจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังเช่น

แสกเต้นสาก ในสมัยก่อนการเต้นสากของชาวไทยแสก ถือว่าเป็นการละเล่นประจำเฉพาะพิธีบวงสรวง “โองมู้” ในวันขึ้น 2 ค่ำ

เดือน 3 ซึ่งตรงกับเดือนกุมภาพันธ์ ชาวไทยแสกเรียกว่า พิธีกินเตดเดน" จะมีการแสดง "แสกเต้นสากถวายโองมู้" โดยใช้ไม้สากตีกระทบกันเป็นจังหวะ ไม้สากที่ใช้ตีในการเต้นสาก คือ ไม้สากที่เป็นสากตำข้าวในสมัยโบราณ แต่ขนาดยาวกว่า ตรงกลางเรียวเล็ก ไม้รองพื้นสากจะใช้ไม้อะไรรองก่อนก็ได้ มีจำนวน 1 คู่ ขอให้มีขนาดเท่ากัน

หมากโอหล่าง เป็นการละเล่นอย่างหนึ่งของเด็กในพื้นที่จังหวัดนครพนม แต่ในปัจจุบันกำลังจะเลือนหายไปจากความทรงจำแล้ว เนื่องจากไม่มีผู้สืบทอด เพราะสิ่งของเครื่องเล่นต่างๆ ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัย จะหลงเหลือการละเล่น "หมากโอหล่าง" อยู่เฉพาะท้องถิ่นที่ห่างไกลจากตัวเมืองเท่านั้น เช่น บ้านอาจสามารถ การละเล่นหมากโอหล่าง เป็นการใช้ภูมิปัญญาของผู้นำครอบครัว ที่คิดหากิจกรรมการเล่นให้แก่ลูกหลานเล่นอยู่บ้าน ไม่เที่ยวซุกซนไปที่อื่น ซึ่งจะทำให้การดูแลลำบาก เพราะพ่อแม่ต่างก็ไปทำไร่ทำนา ต้องปล่อยให้ลูกๆ อยู่บ้าน โดยการดูแลของพี่ๆ ที่พอจะดูแลน้องๆ ได้ พี่ๆ ก็จะพาน้องเล่น "หมากโอหล่าง" นั่งอยู่กันที่ บางทีเล่นกันเพลินจนถึงครึ่งวันก็มี ทำให้เด็กๆ ไม่หนีไปไหน

บั้งขึ้น เป็นการละเล่นของกลุ่มชายหนุ่มที่ใช้เล่นกันในขณะที่เผาศพ ซึ่งนับเป็นการละเล่นที่แปลก น่าศึกษา มีคติธรรม หรือข้อคิดอะไรแฝงไว้ อุปกรณ์การเล่นก็จะหาจากงานศพนั่นเอง แรกเริ่มทีเดียวจะต้องหาไม้ไผ่สดที่มีปล้องยาวและใหญ่ไล่เลี่ยกับโคนขายาว 2 ปล้อง ตัดให้เรียบแล้วทะลวงให้กลวงเพียงด้านเดียว เมื่อได้ไม้ไผ่แล้ว ผู้เล่นจะหยิบเอาถ่านจากบริเวณที่เผาศพมาอีกจำนวน 7 ก้อน (ถ่านที่ดับแล้ว) จากนั้นให้คนสองคนจับปล้องไม้ไผ่ไว้คนละด้าน โดยหันด้านที่กลวงขึ้นบนในแนวดิ่ง 90 องศา ส่วนผู้เล่นอีกคนหนึ่งจะยืนอยู่ใกล้ๆ และเริ่มบริกรรมคาถาเป็นภาษาแสกเสียงพึมพำ โดยมากจะเป็นผู้อยู่ในวัยอาวุโส (ปัจจุบันคงเหลือเพียงนายประสิทธิ์ ราชลัย เท่านั้นที่บริกรรมคาถาได้) ส่วนสองคนที่จับปล้องไม้ไผ่จะใช้คนหนุ่มๆ ก็ได้ พอบริกรรมคาถาได้สักครู่ เขาจะหยิบเอาถ่านไฟที่หยิบออกมาจากเตาเผาศพ หยิบใส่ลงไปในปล้องไม้ไผ่ด้านบนที่ทะลวงให้กลวงทีละก้อน ถ่านไฟนั้นค้างอยู่ในปล้องไม้ไผ่นั่นเอง ซึ่งในขณะที่แสดงปล้องไม้ไผ่ที่สองคนจับอยู่ ด้านล่างจะอยู่สูงจากพื้นดินประมาณ 2 ฟุต ทันใดปล้องไม้ไผ่ปล้องนั้นจะมีพลังเหมือนมีอะไรเข้าไปอยู่ข้างใน และพยายามจะพุ่งขึ้นไปข้างบน คนสองคนที่จับไว้จะต้องคอยดึงเอาไว้ให้อยู่ คือ พยายามกดลงดิน ต่อให้ออกแรงจนสุดแรงเกิดก็กดเอาไว้ไม่อยู่ บางรายจนเท้าลอยขึ้นไปพ้นดินสูงขึ้นเป็นคืบเป็นศอกไปทีเดียว เมื่อสองคนที่กดพยายามกดปล้องไม้ไผ่ให้ลงถึงดินแต่จากการบริกรรมคาถาของผู้แสดงรายแรก แล้วหยอดถ่านไฟลงไปในปล้องไม้ไผ่อีกปล้อง ไม้ไผ่ก็จะลอยขึ้นอีก คนเล่นข้างเคียงที่มองดูแล้วไม่เชื่อจะเข้าร่วมวงเล่นด้วยก็ได้ ถึงจะกดอย่างไรปล้องไม้ไผ่ก็จะพุ่งขึ้นท่าเดียว บางคนสู้แรงปล้องไม้ไผ่ไม่ไหวก็ขอเลิกเล่น การละเล่นนี้ผู้เล่นจะเหนื่อยมากในที่สุดก็จะขอเลิกเอาดื้อๆ เพราะเหนื่อย คนที่ไม่เหนื่อยคือคนที่บริกรรมคาถานั่นเอง

หมากยู้ส้าว เป็นการละเล่นของผู้ใหญ่ จะเล่นกันเฉพาะในหมู่ผู้ชาย เป็นการประลองความแข็งแรงและอวดให้เพศตรงข้ามได้เห็นและสนใจในตัวผู้ชายที่แสดง โดยละเล่นในงานเทศกาล หรือมีงานในชุมชนที่ผู้คนมาชุมนุมกันมากๆ ก็จะจัดการละเล่นนี้ขึ้น

หมากเสียดพลูยา เป็นการละเล่นของผู้ใหญ่ จะเล่นกันเฉพาะในหมู่คนหนุ่มสาวที่ไปร่วมงานศพ

หมากข้าวติดมือ เป็นการละเล่นของหนุ่ม

สาวที่มีข้อกำหนดให้เล่นเฉพาะงานศพ โดยเฉพาะขณะที่ศพยังอยู่ในบ้านเท่านั้น ถือได้ว่าเป็นการเล่นที่สร้างความสนุกสนาน ประสานความสัมพันธ์ระหว่างหนุ่มสาวและเป็นการเล่นที่ช่วยลดความโศกเศร้าในงานศพลดได้บ้าง

หมากเสือกินหมู เป็นกิจกรรมการเล่นในงานศพ นิยมเล่นกันมากในหมู่ผู้ชายทั้งเด็กและผู้ใหญ่ มีอุปกรณ์การเล่นคล้ายคลึงกับหมากฮอส คือ กระดานตาราง 16 ช่อง แต่ไม่มีการลงลายตามช่องเหมือนหมากฮอสและมีเบี้ยหรือหมากเสือ 4 ตัว หมู 12 ตัว

หมากคล้องช้าง เป็นกิจกรรมการเล่นในหมู่คนหนุ่มสาวในงานศพ เพื่อสร้างความคุ้นเคยและหยอกล้อกันแขกที่มาร่วมงานและช่วยลบภาพแห่งความโศกเศร้าของเจ้าภาพ การเล่นนั้นจะแบ่งเป็น ทีมๆ ละ 2 คนขึ้นไป โดยแยกทีมชาย หญิง อุปกรณ์ในการเล่นประกอบด้วยผ้าขาวม้า 1 ผืน หรืออาจใช้ผ้าอื่นๆ แทนก็ได้ และปั้นข้าวเหนียว หรือผลไม้ต่างๆ ที่เป็นอาหารช้างได้ เช่น กล้วย แตงกวา เป็นต้น

วัฒนธรรมด้านประเพณี ชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถมีประเพณีแบบดั้งเดิมที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์เฉพาะเอาไว้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสามารถรวบรวมนำมาประยุกต์เพื่อจัดการการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยากมาศึกษา ดังเช่น

เดือนอ้าย มีพิธีทำบุญเข้ากรรม ที่เรียกว่า **"ปริวาสกรรม"** เมื่อออกพรรษาพระภิกษุสงฆ์หลังจากรับกองกฐินแล้ว พระภิกษุสงฆ์ทุกรูปจะต้องทำพิธีเข้ากรรมเพื่อปลงอาบัติตามวิธีการของสงฆ์ สมาชิกชุมชนไทยแสกที่มีจิตใจอนุโมทนาในส่วนกุศลด้วย จึงประกอบพิธีบุญขึ้นเพื่อสงเคราะห์ในการอยู่กรรมของพระภิกษุสงฆ์ให้ดำเนินการไปด้วยดีและได้บุญ ด้วยการถือศีล ฟังเทศน์และให้ทานถวายจตุปัจจัยต่างๆ กับผู้ถือศีลที่บริสุทธิ์ผุดผ่อง สามารถจรรโลงพระพุทธศาสนาให้เจริญก้าวหน้าอย่างถาวรได้

เดือนยี่ เป็นเดือนที่ชุมชนไทยแสกเกี่ยวข้าว และนวดข้าวเสร็จ ดังนั้นเพื่อเป็นสิริมงคลต่อพื้นที่บริเวณที่นวดข้าวเสร็จก่อนจะขนขึ้นยุ้งฉาง ก็จะประกอบพิธีทำบุญ เรียกว่า **"บุญประทายข้าวเปลือก"** หรือ **"บุญคูณลาน"** ถ้าขนข้าวขึ้นยุ้งฉางแล้ว ชาวชุมชนไทยแสกจะทำบุญร่วมกันเรียกว่า **"ทำบุญกลางบ้าน"**

เดือนสาม มีประเพณีทำบุญข้าวจี่ จัดขึ้นในวันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ของทุกปี ชาวบ้านจะนำข้าวปลา อาหารและเครื่องทานต่างๆ ไปถวายที่วัดเพื่อรับศีลฟังเทศน์ อาหารที่ถวายพระในวันนั้นจะมี ข้าวจี่ ออกหน้าและพิธีกินเตดเดน ถือเป็นประเพณีพิธีกรรมเพื่อเป็นการแสดงความกตัญญูกตเวทีต่อ **"โองมู้"** ที่ชาวไทยแสกเคารพนับถือเป็นบรรพบุรุษของชาวไทยแสกและเป็นผู้มีพระคุณต่อลูกหลานรุ่นหลังๆ สืบต่อกันมา และหลังจากพิธีกินเตดเดน มีงานวันรวมใจไทยแสก โดยเป็นการร่วมชุมชนของชาวไทยแสกในพื้นที่ต่างๆ ของเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และชาวไทยแสกในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในปัจจุบันนอกจากการร่วมของชาวไทยแสกแล้ว มีกิจกรรมการประกวดซอย ประกวดพูดภาษาแสกและการแข่งขันกีฬาพื้นเมืองต่างๆ นอกจากนี้ยังมีพิธีเลี้ยงผี (พิธีเหลี่ยงมาง) เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตให้ทุกคนในหมู่บ้านอยู่เย็นเป็นสุข ยึดถือกันมาแต่โบราณ โดยผู้ประกอบพิธีกรรม คือ คุณยายเถิม หาวังซึ่งเป็นผู้สืบทอดประเพณีนี้มาจากบรรพบุรุษ และเชื่อกันว่า ถ้าไม่ทำพิธีนี้ก็จะมีอันเป็นไป

เดือนสี่ - บุญพระเวส (บุญเทศน์มหาชาติ) ถือว่าเป็นมหากุศล เนื่องจากพระเวสสันดรก่อนจะได้เป็นพระพุทธเจ้า พระองค์ได้สร้างกุศลด้วยการบริจาคทาน ช้าง ม้า ลูก เมีย จะสำเร็จมรรคผลตามประสงค์ พิธีการทำบุญพระเวสนี้

กำหนดทำบุญ 3 วัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้ วันแรกเป็นวันชุมนุมชาวไทยแสกและหมู่บ้านใกล้เคียง เพื่อเตรียมงานในด้านต่างๆ วันที่ 2 เป็นวันแห่ จะมีแห่พระเวส นางมัทรี กัณหาชาติ ด้วยกองบุญต่างๆ วันที่ 3 เป็นวันเทศน์มหาชาติ ตามพระมาลัยสูตรกล่าวไว้ว่า ถ้าใครอยากเกิดในศาสนาพระศรีอาริยเมตไตร กำหนดให้ต้องฟังเทศน์พระเวสสันดรจนจบในวันเดียวจะเกิดอานิสงส์และเป็นสิริมงคลต่อตนเอง

เดือนห้า มีพิธีสงกรานต์ (พิธีกิ๊บบร่อกไหม่ถ้วน) สมาชิกชุมชนไทยแสกจะพร้อมกันที่วัดทำพิธีอัญเชิญพระพุทธรูป 5 องค์ ลงสร้างที่อุปสงค์ เวลา 12.00 น. ทุกคนจัดน้ำหอมใส่ลงขันเพื่อมาสรง โดยเทลงที่รางไม้เป็นรูปพญานาค กล่าวอธิษฐานตามใจชอบ ต่อจากนั้นจะเล่นสาดน้ำกันระหว่างหนุ่มสาวและได้นิมนต์พระสงฆ์สามเณรลงมานั่งที่เก้าอี้ ชาวบ้านจะสรงน้ำที่มือพระสงฆ์และบางทีก็เทสรงท่านทั้งตัวไปเลย ต่อมาเวลา 15.00 น. กลุ่มหนุ่มสาวและเด็กพากันไปเก็บดอกไม้ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น ดอกมันปลา ดอกคูณ ดอกกากะเลา (ดอกปีบ) ดอกสะหมั่ง รูปขบวนจะตีกลองร้องรำ ทำเพลงไปด้วยโดยมีสามเณรน้อยนำหน้าไปเก็บดอกไม้ป่ามาคนละหนึ่งกำมือทุกคนพอสมควรแล้วก็นำไปเหน็บไว้รอบตาข่ายหอสรงและวางไว้ตรงหน้าพระพุทธรูปเป็นกองใหญ่ กราบ 3 ครั้งแล้วอธิษฐาน และพากันกลับ

เดือนหก มีประเพณีบุญบั้งไฟ เป็นประเพณีของชาวนครพนม โดยในตอนเช้าจะร่วมกันตักบาตรทำบุญ ตอนบ่ายมีการประกวดและแข่งขันขบวนแห่และแข่งจุดบั้งไฟ ในการจุดบั้งไฟนั้นเป็นการบวงสรวงบูชาเทวดาเพื่อขอฝนให้ตกต้องตามฤดูกาล ถ้าจุดแล้วบั้งไฟแตกตอนเริ่มต้นจะขึ้น แสดงว่าฝนจะแล้งต้นฤดู แตกตอนขึ้นได้กลางระยะทาง แสดงว่าฝนจะแล้งกลางฤดู ไม่แตกและขึ้นไปสูงแสดงว่าฝนในปีนี้จะสมบูรณ์ผลผลิตดีมาก ตอนกลางคืนมีพิธีทำบุญวันวิสาขบูชาฟังเทศน์และเวียนเทียน

เดือนเจ็ด มีประเพณีบุญชำระ (บุญชำฮะ) เป็นพิธีบวงสรวงมเหศักดิ์หลักเมือง เพื่อปัดรังควาน ขับไล่ภูตผีปีศาจและเสนียดจัญไรด้วยการถือศีลฟังธรรมให้ทาน เพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ล่วงลับไปแล้ว และบันดาลให้บังเกิดความสุขสวัสดิ์แก่ตนเองในการประกอบอาชีพทำไร่ ทำนาได้ผลตลอดทั้งปี

เดือนแปด มีพิธีทำบุญเข้าพรรษา โดยจัดขึ้นในวันแรม 1 ค่ำ เดือน 8 มีการหล่อเทียนพรรษาถวายพระพุทธรูปในโบสถ์ตลอดพรรษา และถวายผ้าอาบน้ำฝนแก่พระภิกษุสงฆ์ เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ตน *พิธีแห่เม็ง* (ตระแคร่สำหรับนั่ง, นอนของพระสงฆ์) โดยชาวไทยแสก จะนำตะแคร่มาประดับด้วยกระดาษเงิน กระดาษทองเกาะลายสวยงาม แล้วบนตระแคร่จะมีเครื่องอัฐบริขารของพระสงฆ์ ประกอบด้วย หมอน มุ้ง เครื่องใช้ยารักษาโรค เป็นการจัดตั้งกองบุญเพื่ออุทิศส่วนกุศลให้แก่บรรพบุรุษของตน แล้วนำไปแห่รอบวัดเพื่อนำถวายพระสงฆ์

เดือนเก้า พิธีบุญข้าวประดับดิน ในวันแรม 14 ค่ำ เดือน 9 ถือว่าเป็นวันที่ยมบาลปล่อยเปรตจากนรกออกมารับประทาน โดยการให้ทานด้วยอาหารการกินข้าวต้ม ขนม ดอกไม้ หมากพลู บุหรี่ ห่อด้วยใบตองและนำไปวางตามฐานโบสถ์ โคนต้นไม้ ฐานเจดีย์ พื้นดินและริมน้ำ ต้องวางห่อใบตองก่อนฟ้าสางเพราะว่าเปรตจากนรกจะต้องกลับก่อนเห็นแสงตะวัน

เดือนสิบ มีพิธีทำบุญข้าวสาก กำหนดทำพิธีกันในวันเพ็ญเดือน 10 เป็นประเพณีนิยมทำกันทุกบ้านโดยการนำอาหารคาวหวาน หมากพลู เป็นถุง หรือตะกร้า มรรคทายกนำรายชื่อตามหมายเลขใส่บาตรไว้ให้พระภิกษุสงฆ์และสามเณรมาจับสลากได้ เจ้าของก็จะนำไปถวายเป็นเสร็จพิธี

เดือนสิบเอ็ด มีพิธีทำบุญออกพรรษา โดยชุมชนไทยแสกจะทำบุญตักบาตรเลี้ยงพระในตอนเช้า และตอนบ่ายจะมีการแห่ปราสาทผึ้ง โดยแต่ละซอยจะจัดทำปราสาทผึ้งประดับขบวนแห่ให้สวยงาม ในช่วงเย็นจะมีกิจกรรมลอยเรือไฟเพื่อบูชาแม่น้ำโขง การแข่งเรือเป็นประเพณีที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาช้านาน โดยชาวไทยแสกบ้านอาจสามารถ จัดแข่งขันเรือยาวทุกปีในระหว่างงานบุญออกพรรษา เรือยาวที่ชาวบ้านอาจสามารถนำมาแข่งจะเป็นเรือขนาดกลาง มีความสามารถจุดคนได้ไม่เกิน 30 คน รูปแบบหรือลักษณะของเรือจะคล้ายรูปกระสวยทอผ้า เพราะรูปร่างเพรียวและวิ่งได้เร็ว

เดือนสิบสอง-พิธีทำบุญกฐิน อันประกอบด้วย 1. กฐินสามัคคี โดยสมาชิกชุมชนไทยแสกทุกคนจะมีส่วนร่วมในการระดมปัจจัยในการตั้งองค์กฐินร่วมกัน การที่จะไปทอดกฐินจะต้องมีใบจองไปจองไว้ที่วัดก่อนเพื่อเป็นการสัญญาว่าจะมาตั้งองค์กฐินของคณะใดคณะหนึ่ง วัดที่มีการจองกฐินจะมีธงปักไว้เป็นเครื่องหมายเรียกว่า “ธงกฐิน” เพื่อแสดงว่าวัดนี้ได้รับการจองกฐินไว้แล้ว แล้วนำทอดถวายเพื่ออุทิศส่วนกุศลแด่ผู้ที่ล่วงลับไปแล้วหรือในปีไหนไม่มีผู้มาจอง ชาวบ้านจะต้องจัดตั้งกฐินสามัคคีขึ้นเอง 2. กฐินส่วนตัวหรือกฐินครอบครัว โดยครอบครัวที่ต้องการไปทอดกฐิน จะต้องไปจองกฐินไว้ก่อน วัดที่มีการจองกฐินจะมีธงปักไว้เป็นเครื่องหมายเรียกว่า “ธงกฐิน” เพื่อแสดงว่าวัดนี้ได้รับการจองกฐินไว้แล้ว แล้วจึงรวบรวมปัจจัยภายในครอบครัวหรือญาติเพื่อจัดตั้งองค์กฐิน แล้วนำทอดถวายเพื่ออุทิศส่วนกุศลแด่บรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้วแบบเจาะจง

วัฒนธรรมด้านการแต่งกาย

พบว่าชาวไทยแสกมีการแต่งกายที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์เอาไว้ได้ หากแขกผู้มาเยี่ยมเยือนหรือนักท่องเที่ยวได้พบเห็นจะเกิดการตื่นตาตื่นใจ เพราะเป็นการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะไทยแสก บ้านอาจสามารถผู้ชายจะใส่เสื้อสีน้ำเงินเข้มแขนสั้น ที่เป็นผ้าฝ้ายย้อมคราม หรือผ้าฝ้ายด้ายดิบสีขาวธรรมชาติ เป็นเสื้อคอกลมติดกระดุมหน้า นิยมนุ่งกางเกงขาก๊วยหรือกางเกงขาครึ่งท่อนหรือโสร่ง ใช้ผ้าคาดเอวและพาดบ่าด้วยผ้าขาวม้าที่มีลวดลายสีสันสวยงาม รองเท้าทำด้วยหนังควาย ใช้อบเทียนเป็นเครื่องหอม น้ำมันทาผมใช้น้ำมันมะพร้าว น้ำมันหมู ขมิ้น ส่วนผู้หญิง จะใส่เสื้อแขนกระบอกสีขาวหรือสีน้ำเงินเข้ม ที่เป็นผ้าฝ้ายย้อมคราม ผ่าอกติดกระดุม ผ้าถุงมัดหมี่ (ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม) หรือผ้าไหมมัดหมี่ มีเชิงผ้าถุงลายขิด (ตีนซิ่นเป็นผ้าลายขิด) ส่วนที่ข้อเท้านิยมใส่กำไลทั้งสองข้าง ใครฐานะดีก็สวมกำไลหลายๆ อัน มีทั้งเงิน ทองและนาค นิยมไว้ผมยาวเกล้ามวย บางคนนิยมนำสร้อยทองคำเกี้ยวมวยผมสามรอบ น้ำมันทายม ผู้หญิงนิยมใช้เนียบ ซึ่งทำจากใบขมิ้น ใบกระแจะ รากต้นนมยาน โดยนำมาตากแดดให้แห้ง บดให้ละเอียดคลุกเคล้าให้เข้ากัน เรียกว่า “เนียบ” จากการสังเกตพบว่า ชาวไทยแสกทุกคนยินดีที่จะแต่งกายในชุดประจำชนเผ่าไทยแสกสมบูรณ์แบบเมื่อมีการต้อนรับคณะผู้มาเยือนเป็นพิเศษ เช่น ในการประชุมสนทนากลุ่ม คณะของบริษัทนำเที่ยวชั้นนำ หรือ คณะผู้มาศึกษาดูงานด้านวัฒนธรรมจากต่างจังหวัดมาเยี่ยมเยือน เป็นต้น

วัฒนธรรมด้านเพลงและดนตรีประกอบเพลง

จากการลงพื้นที่และศึกษาพบว่า ชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถมีครูภูมิปัญญาทางด้านการแต่งเพลงร้องและดนตรีประกอบเป็นของไทยแสก ซึ่งมีเอกลักษณ์หนึ่งเดียวในโลก ซึ่งนายติ๊ก อาจสามารถ หรือชื่อจริงว่า นายสวัสดิ์ อาจสามารถ ซึ่งเคยแต่งเพลงลูกทุ่งหมอลำให้กับคุณพรศักดิ์ ส่องแสง คือ เพลงหนุ่มนานครพนม โดยลุงติ๊กได้นำคำพูดภาษาอีสานมา

ใส่ในเนื้อร้องจนคนทุกภาษาพูดได้ คือ “เสื้อขาดจ่องป่อง แจ่งแป่ง” เป็นต้น ผลงานเพลงภาษาแสกของลุงติ๊ก อาจสามารถ ครูเพลงของชาวไทยแสก บ้านอาจสามารถ ซึ่งสามารถนำมาใช้บรรเลงขับกล่อมแก่แขกผู้มาเยือนได้เร้าใจ และความไพเราะที่หาฟังที่ไหนไม่ได้เลย นับเป็นเอกลักษณ์ที่เป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศักยภาพของชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

1) สาธารณูปโภค ขั้นพื้นฐาน

น้ำดื่ม น้ำใช้

น้ำดื่ม-ชาวไทยแสก บ้านอาจสามารถมีโรงผลิตน้ำดื่ม ชื่อ “น้ำดื่มไทยแสก” ภายในหมู่บ้าน เพื่อเป็นสวัสดิการของชุมชนในการบริโภคน้ำดื่มที่สะอาด ถูกสุขลักษณะและราคาถูก โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนจากโครงการพัฒนาศักยภาพหมู่บ้านและชุมชนเมือง (SML) นอกจากนี้ มีการส่งน้ำดื่มออกขายในชุมชนใกล้เคียง เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

น้ำใช้-ใช้น้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาค จากเขตเทศบาลเมืองนครพนม

ไฟฟ้า-มีไฟฟ้าใช้ทุกบ้านในเขตบ้านอาจสามารถ รวม 186 ครัวเรือน โดยการติดตั้งของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

ที่จอดรถ-ที่จอดรถนั้น ใช้พื้นที่ริมทางหลวงหมายเลข 212 ซึ่งมีขนาดความกว้างข้างละ 2.25 เมตร และบริเวณวัด รวมทั้งริมเขื่อนเลียบฝั่งแม่น้ำโขง

โทรศัพท์-มีตู้โทรศัพท์แบบหยอดเหรียญ จำนวน 1 เครื่อง อยู่ที่บ้านอาจสามารถ หมู่ 5

แหล่งน้ำ-มีแม่น้ำโขงไหลผ่านตลอดแนวของหมู่บ้าน รวมทั้งมีห้วยฮ่องฮอ ซึ่งลำห้วยไหลผ่านระหว่างบ้านไผ่ล้อมและบ้านอาจสามารถ

ที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข-มีที่ทำการไปรษณีย์โทรเลข จำนวน 1 แห่ง

ถนน-มีถนนหลักหมายเลข 212 (ถนนท่าอุเทน-นครพนม) ตัดผ่านบ้านอาจสามารถ หมู่ 5 และ หมู่ 6 และมีถนนคอนกรีตเสริมเหล็กกว้าง 6 เมตรภายในหมู่บ้าน ซึ่งแบ่งเป็น 10 ซอย รวมทั้งมีถนนเลียบเขื่อนริมแม่น้ำโขงตลอดแนวหมู่บ้าน แบบคอนกรีตเสริมเหล็ก ขนาด 8 เมตร จำนวน 1 สาย

ศาลานั่งพัก-มีศาลานั่งพักภายในหมู่บ้าน ซึ่งอยู่ริมเขื่อนเลียบฝั่งแม่น้ำโขง แบบถาวร จำนวน 1 หลัง และแบบชั่วคราว ประมาณ 6 หลัง

ม้าหินอ่อน-มีม้าหินอ่อนนั่งพักอยู่ริมเขื่อนเลียบฝั่งแม่น้ำโขง

ปั๊มน้ำมัน-ตั้งอยู่ในหมู่บ้านสำราญ 1 แห่ง และที่หมู่บ้านท่าควาย 1 แห่ง

2) การสาธารณสุข-มีสถานีอนามัยประจำตำบลอาจสามารถ จำนวน 1 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ในเขตบ้านอาจสามารถ หมู่ 5 โดยชาวบ้านสามารถจะไปขอรับการบริการได้ เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อสุขภาพ ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวไทยแสก บ้านอาจสามารถและบ้านใกล้เคียง นอกจากนี้มีอาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน (อสม.) ซึ่งส่งผลดีทางอ้อมสู่โครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมบ้านอาจสามารถด้วย

3) ความปลอดภัย ด้านชีวิตและทรัพย์สิน - จากการสัมภาษณ์ พบว่าบ้านอาจสามารถไม่เคยมีปัญหาอันเกิดจากความไม่ปลอดภัยด้านชีวิตและทรัพย์สิน อาจเป็นเพราะมีอาสาสมัครรักษาความปลอดภัยประจำหมู่บ้านคอยดูแลอยู่ โดยแบ่งการดูแลออกเป็น 10 ซอยตามการปกครอง

2. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

1) ด้านกายภาพ

เส้นทางและสภาพถนน

ชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถ ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองนครพนม ตรงหลักกิโลเมตรที่ 4 ของถนนหมายเลข 212 (นครพนม-ท่าอุเทน) ซึ่งมีความกว้าง 6.50 เมตร และมีไหลทางข้างละ 2.25 เมตร โดยตัดผ่านใจกลางชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถ ไปสู่อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม โดยถนนสายนี้เป็นถนนลาดยางอย่างดีเรียบตลอดเส้นทาง มี 2 ช่องจราจร สามารถเดินทางได้ในทุกฤดูกาล

ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางจากตัวเมืองนครพนม ตามถนนหมายเลข 212 (นครพนม-ท่าอุเทน) จะผ่านมาทางบ้านท่าควาย เขตเทศบาลนครพนมก่อน แล้วจึงเข้าสู่ชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถ แต่ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมาจากอำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม ตามถนนหมายเลข 212 (นครพนม-ท่าอุเทน) จะผ่านหมู่บ้านสำราญ ตำบลอาจสามารถ ก่อนที่จะเข้าสู่ชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถ

ลักษณะของถนนในหมู่บ้าน-เป็นถนนคอนกรีตเสริมเหล็ก กว้าง 6 เมตร ซึ่งแบ่งเป็น 10 ซอย รวมทั้งมีถนนเลียบเขื่อนริมแม่น้ำโขงตลอดแนวหมู่บ้าน แบบคอนกรีตเสริมเหล็ก ขนาด 8 เมตร จำนวน 1 สาย

การขนส่ง

ในปัจจุบันมีบริการขนส่ง คือ รถสองแถวโดยสาร (สีส้ม) บรรจุผู้โดยสารเต็มที่ได้ 45 ที่นั่ง ในเส้นทางอำเภอเมืองนครพนม-อำเภอท่าอุเทน อำเภอเมืองนครพนม-อำเภอบ้านแพง อำเภอเมืองนครพนม-อำเภอศรีสงคราม อำเภอเมืองนครพนม-อำเภอโพนสวรรค์

รถโดยสารประจำทาง (สีส้ม) แบบธรรมดา สาย 224 ของบริษัท ขนส่ง จำกัด บรรจุผู้โดยสารเต็มที่ได้ 60 ที่นั่ง ในเส้นทางนครพนม-บ้านแพง-บึงกาฬ-หนองคาย-อุดรธานี

รถโดยสารประจำทาง (สีส้ม) แบบธรรมดา สาย 1431 ของบริษัท อุเทนชัยขนส่ง จำกัด ในเส้นทางอำเภอเมืองนครพนม-อำเภอศรีสงคราม-อำเภอนาหว้า

รถโดยสารประจำทาง (สีส้ม) แบบธรรมดา สาย 1433 ของบริษัทอุเทนชัยขนส่ง จำกัด บรรจุผู้โดยสารเต็มที่ได้ 45 ที่นั่งในเส้นทางอำเภอเมืองนครพนม-อำเภอบ้านแพง

รถสามล้อเครื่องรับจ้าง จากสถานีรถปรับอากาศอำเภอเมืองนครพนม ถึงชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถ

มอเตอร์ไซด์รับจ้าง จากสถานีรถปรับอากาศอำเภอเมืองนครพนมถึงชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถ

การคมนาคมทางน้ำ ในปัจจุบันมีบริการการคมนาคมทางน้ำ

เรือหางยาวรับจ้างและเรือจ้างเหมาบริการนักท่องเที่ยวจากท่าเรือเทศบาลเมืองนครพนม บริเวณตลาดอินโดจีนเลียบตามฝั่งลำน้ำโขงไปทางทิศเหนือ แล้วเข้าสู่ท่าเทียบเรือชุมชนบ้านอาจสามารถ ซึ่งเป็นบันไดคอนกรีตเสริมเหล็กขนาดมาตรฐาน

หากนักท่องเที่ยวเดินทางจากบริเวณแม่น้ำสองสี (ปากแม่น้ำสงครามที่ไหลลงสู่แม่น้ำโขง) ที่ตำบลไชยบุรี อำเภอท่าอุเทน โดยล่องเรือมาทางทิศใต้จะผ่านท่าน้ำบ้านสำราญและเข้าสู่ท่าเทียบเรือบ้านอาจสามารถ

ป้ายสื่อความ-ก่อนถึงหมู่บ้านอาจสามารถประมาณ 200 เมตร มีป้ายที่เขียนว่า **“หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร”** เป็นภาษาไทย ติดตั้งอยู่ริมถนนจากด้านตัวเมืองนครพนมเข้าสู่ชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถและถัดจากป้าย **“หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร”** เพียง 50 เมตร มีป้ายเขียนว่า **“บ้านอาจสามารถ”** เป็นภาษาไทย ติดตั้งอยู่ริมถนนเช่นเดียวกัน

2) **ด้านข้อมูล ข่าวสาร**

โทรศัพท์-พื้นที่บริเวณบ้านอาจสามารถมีตู้โทรศัพท์สาธารณะแบบหยอดเหรียญจำนวน 1 ตู้ ซึ่งชาวบ้านสามารถไปใช้บริการได้โดยการหยอดเหรียญและมีสถานีทวนสัญญาณโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกระบบ ซึ่งสามารถส่งคลื่นความถี่ครอบคลุมแม้แต่ในบริเวณแม่น้ำโขงตลอดแนว จึงทำให้ไม่มีปัญหาเรื่องคลื่นความถี่ของโทรศัพท์เคลื่อนที่ทุกระบบ

โทรทัศน์-ชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถ ทุกครัวเรือนมีโทรทัศน์ดู โดยสามารถรับได้ทุกช่องรวมทั้งสถานีโทรภาพแห่งชาติจากประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

วิทยุ-สามารถรับฟังข่าวสารจากสถานีวิทยุเสียงจากทหารเรือ (สทร. 7) สถานีวิทยุกองทัพภาคที่ 2 ค่ายพระยอดเมืองขวาง สถานีวิทยุแห่งประเทศไทยจังหวัดนครพนม สถานีวิทยุองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยจังหวัดนครพนม และสถานีวิทยุชุมชนที่อยู่บริเวณใกล้เคียง

อินเตอร์เน็ต-มีบริการอินเตอร์เน็ตตำบล ซึ่งตั้งอยู่ ณ ที่ทำการองค์การบริหารตำบลอาจสามารถให้บริการในวันจันทร์-ศุกร์ตั้งแต่เวลา 08.30-16.30 น. และอินเตอร์ส่วนบุคคลที่ติดประจำบ้านเรือนเป็นแบบเชื่อมต่อกับเครือข่ายกับบริษัท ทศท คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) และ บริษัท ทีทีแอนด์ที จำกัด (มหาชน)

หอกระจายข่าว - มีประจำหมู่บ้าน โดยใช้ประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ทั้งภายในชุมชนและจากภายนอกชุมชน รวมทั้งการประกาศนัดประชุม การทำกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน

3. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

ชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถ มีลักษณะเด่นเฉพาะตัวของชุมชนอยู่หลายประการ ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมชุนชนไทยแสกได้เป็นอย่างดี ได้แก่

1) ความดึงดูดใจด้านวัฒนธรรม อันได้แก่
   - ภาษาไทยแสก
   - การแต่งกายประจำชนเผ่าไทยแสก
   - วิถีชีวิตความเป็นอยู่อย่างเรียบง่ายแต่แฝงไปด้วยภูมิปัญญาชุมชนไทย-แสกที่ยึดถือตามปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” รวมทั้งอัธยาศัยไมตรีจิตที่ดีของ ชาวไทยแสก
   - ความเชื่อและพิธีกรรม เช่น พิธีเลี้ยงผี พิธีกินเตดเดน พิธีสะเดาะเคราะห์ ประเพณีการเกิด งานแต่งงาน งานศพ
   - ประเพณีต่างๆ ในรอบปี ได้แก่ ประเพณีฮีตสิบสองคลองสิบสี่ และประเพณีประจำชนเผ่าไทยแสก
   - การละเล่นของชาวไทยแสก ได้แก่ แสกเต้นสาก บั้งขึ้น หมากคล้องช้าง หมากเสียดพลูยา หมากข้าวติดมือ หมากยู้ส้าว หมากเสือกินหมู
   - ของแซบไทยแสก
   - ขั้นตอนการทำเรือยาว
   - เรือนพักไทยแสก
   - อาชีพชาวไทยแสก เช่น ภูมิปัญญาด้านการประมง เกษตรกรรม

2) ความดึงดูดใจด้านสภาพธรรมชาติ เนื่องจากชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำโขง ซึ่งมีทัศนียภาพที่สวยงามท่ามกลางความเป็นธรรมชาติ

3) ความดึงดูดใจจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในชุมชนและบริเวณที่ใกล้เคียง ซึ่งได้แก่ สวนสมุนไพร “คำแสนภู” สวนส้ม วัดเวินพระบาทภูกระแต อ่างเก็บน้ำห้วยคำผักก้าม เส้นทางจักรยานเสือภูเขา

ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity)

มีทั้งกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ได้แก่

- กิจกรรมล่องเรือชมโขง
- กิจกรรมเรียนรู้ภูมิปัญญา "สมุนไพรคำแสนภู"
- กิจกรรมศึกษาสวนส้มไทยแสก
- กิจกรรมปั่นจักรยานเสือภูเขา
- กิจกรรมหาปลาในลำน้ำโขง
- กิจกรรมพายเรือล่องโขง
- กิจกรรมการแสดงแสกเต้นสาก
- กิจกรรมบายศรีสู่ขวัญ
- กิจกรรมฝึกพูดและร้องเพลงภาษาแสก
- กิจกรรมการละเล่นไทยแสก
- ประเพณีของชาวไทยแสก โดยการเดินทางของนักท่องเที่ยวในแต่ละเดือน จะได้สัมผัสกับประเพณีต่างๆ ของชาวไทยแสก

4. อัธยาศัย (Accommodation)

1) ความเป็นมิตร ชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถมีความเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว สามารถสังเกตได้จากประเพณีบายศรีสู่ขวัญ เพื่อต้อนรับแขกผู้มาเยือนให้รู้สึกถึงความเป็นพี่เป็นน้อง ความห่วงหาอาทร และความปรารถนาดีต่อผู้มาเยือนและหลังจากเสร็จพิธีบายศรีสู่ขวัญ ผู้เฒ่าผู้แก่จะถอดยอดพานบายศรีให้แขกผู้มาเยือนนำกลับไปวางไว้ที่หัวเตียงเพื่อเป็นสิริมงคล

2) ทัศนคติ ชุมชนไทยแสก บ้าอาจสามารถถึงแม้ว่าจะเป็นชุมชนขนาดกลางที่อยู่ใกล้ตัวจังหวัด แต่สมาชิกชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถ มีความเป็นอยู่แบบพอเพียง ช่วยเหลือพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันและดำรงชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยสังเกตจากพื้นที่บ้านอาจสามารถได้แบ่งไปใช้ในการเกษตรกรรมถึง 3 ใน 4 ส่วนของพื้นที่ทั้งหมด ส่งผลให้ชาวชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถมีทัศนคติที่ดีต่อบุคคลที่อยู่รอบข้างไม่ว่าจะเป็นญาติพี่น้อง มิตรสหาย หรือแขกผู้มาเยือน

3) ความซื่อสัตย์ จากการดำรงชีวิตตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การห่วงหาอาทรช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ส่งผลให้ชาวไทยแสกบ้านอาจสามารถมีความซื่อสัตย์ต่อตนเอง และต่อผู้อื่น โดยสังเกตจากการไม่มีโจร หรือขโมยภายในชุมชน และไม่เคยมีปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นภายในชุมชน รวมทั้งการทำรั้วบ้านภายในชุมชน จะเป็นรั้วแบบเตี้ยๆ เพื่อให้ทราบถึงขอบเขตของบ้านแต่ละหลังเท่านั้น

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาเอกลักษณ์ชนเผ่าไทยแสกแถบลุ่มแม่น้ำโขง เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน กรณีศึกษา : บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม พบว่า เอกลักษณ์ที่แสดงความเป็นตัวตนของชาวไทยแสก ทั้งที่เกิดจากภายในตัวบุคคลเอง และเกิดจากภายนอก คือ สังคมเป็นผู้กำหนดให้ ตามทฤษฎีของ Mead (อ้างในสุพัตรา สุภาพ. 2541 หน้า 4) โดยจากแนวคิดดังกล่าว สามารถอธิบายลักษณะเด่นของชาวไทยแสกที่เป็นเอกลักษณ์ บ่งบอกถึงความเป็นชาติพันธุ์ที่ทำให้ดูแตกต่างจากชาติพันธุ์อื่น เช่น ภาษาพูด การแต่งกาย อาหาร และการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อในแบบดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติสืบต่อกันมา เช่น พิธีกินเตดเดน (พิธีบวงสรวงโองมู้) พิธีลงล็องข่วง (พิธีลงข่วง) พิธีกิ๊บบร่อกไหม่ถ้วน พิธีโลก่อนเก๋น การละเล่นแสกเต้นสาก การละเล่นบั้งขึ้น เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์

ของชาวไทยแสกที่ปฏิบัติสืบต่อกันมาและมีการถ่ายทอดให้กับชาวไทยแสกรุ่นหลังได้ปฏิบัติตามด้วย

จากลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยแสก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ ตามแนวคิดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย 4 A ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) และอัธยาศัย (Accommodation) ดังนั้น จึงควรจะส่งเสริมเพื่อให้เกิด "การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม" ขึ้นในชุมชนไทยแสก บ้านอาจสามารถ โดยให้สมาชิกชุมชนไทยแสกเป็นผู้ดูแลการท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ควรวิจัยศักยภาพของชาวไทยแสก ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมพร้อมรองรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชนเผ่าไทยแสก โดยใช้แบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

2. ควรสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชนเผ่าไทยแสก เพื่อเชื่อมโยงประวัติความเป็นมา วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีเข้าไว้ด้วยกัน

3. ควรวิจัยเพื่อกระตุ้นวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวไทยแสก ซึ่งใกล้จะสูญหาย ให้คงอยู่สืบไป

บรรณานุกรม

กรรมาธิการอนุรักษ์ศิลปกรรม, คณะ. **บันทึกการสัมมนา เรื่อง เอกลักษณ์ของสังคมไทยในอนาคต.** สมาคมอนุรักษ์ศิลปกรรมและสิ่งแวดล้อม. (ม.ป.ป.)

กวี ศรีสรรค์. "ประเพณีแสกเต้นสาก" ไทยรัฐ. 16 กุมภาพันธ์ 2533. หน้า 12

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2538). **นโยบายและแนวทางการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.** กรุงเทพฯ : บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลีชชิ่ง จำกัด (มหาชน).

ขบวน พลตรี. "กลุ่มชาติพันธุ์และภาษาแถบลุ่มน้ำโขงของประเทศไทย" มูลมังอีสาน, **วารสารวิชาการวิทยาลัยครูสกลนครฉบับพิเศษ นิทรรศการมูนมังอีสาน.** สกลนคร : วิทยาลัยครูสกลนคร, 2522.

คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, สำนักงาน. **นโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติและแนวทางในการรักษา ส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรม พุทธศักราช 2529.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา, 2529.

โครงการวิดีทัศน์. **วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2540.

งามพิศ สัตย์สงวน. **หลักมานุษวิทยาและวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ : ภาควิชาสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

จารุณี น้อยนรินทร์. **สูจิบัตรพิธีกินเตดเดน ณ ศาลเจ้าเดนหวั่วโองมู้ บ้านอาจสามารถ ตำบลอาจสามารถ จังหวัดนครพนม 2548.**

เฉลิมพล ธรรมวงศา. **วัฒนธรรมไทยแสกบ้านบะหว้า อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม.** ปริญญานิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม : 2526.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. **การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2540.

ชัชวาลย์ วงษ์ประเสริฐ. **ศิลปะการฟ้อนภาคอีสาน.** มหาสารคาม : สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาสารคาม, 2532.

ชิษณุพงศ์ พลหาราช. **แสกเต้นสาก.** สกลนคร : สถาบันราชภัฏสกลนคร, 2538.

ณรงค์ ป้อมบุปผา. **แสกเต้นสาก.** กรุงเทพฯ : อักษรสยามการพิมพ์, 2526.

ทรงวิทย์ แก้วศรี. **เอกลักษณ์ไทย.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย

ทองคูณ หงส์พันธ์. **"กลุ่มชาติพันธุ์และภาษาแถบลุ่มแม่น้ำโขงของประเทศไทย."** วารสารวิชาการวิทยาลัยครูสกลนคร ฉบับพิเศษ : ในงานนิทรรศการมูลมังอีสาน. 12(7) : 14-16 ; มกราคม, 2522. ก.

นิคม จารุมณี. (2536). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์ โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

เนตรชนก นันที. **การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาชุมชนวัดพระบาทห้วยต้ม อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน.** ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

บงกชมาศ เอกเอี่ยม. **เกย์ : กระบวนการพัฒนาและธำรงเอกลักษณ์รักร่วมเพศ.** วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2532.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. **เอกสารประกอบการเรียนหลักสูตรปริญญาโท : การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

พระนิคม สาระโพธิ์. **ประวัติบ้านอาจสามารถ.** ม.ป.ท. , ม.ป.ป.

ระวีวรรณ ชอุ่มพฤกษ์. **มานุษยวิทยาวัฒนธรรม.** ปัตตานี : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, 2530.

วัฒนา แสงวิจิตร. **"โซ่และแสก ชนกลุ่มน้อยในนครพนม"**, สารคดีภูธร. 24(7) : 7 ; กรกฎาคม 2532.

วิจิตรา ขอนยาง. **"ไปเฝ้าหวัวโองมู้กับแทรกบ้านอาจสามารถ. "**อีสานศึกษา**"** 3(1) : 50-57 ; กันยายน, 2529.

วิไลวรรณ ขนิษฐานันท์. **ภาษาแสก.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2519.

ศิลปากร, กรม. **ระบบการบริหาร การจัดการวัฒนธรรม** ฉบับแก้ไขปรับปรุง. กรุงเทพฯ : ประชาชนจำกัด, 2540.

ศึกษาธิการ, กระทรวง. **ระบบการวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ โรงพิมพ์การศาสนา, 2540.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. **วิถีครอบครัวและชนชาติพันธุ์ไทยแสกบ้านบะหว้า อำเภอนาหว้า จังหวัดนครพนม.** กรุงเทพฯ : คณะอนุกรรมการวิจัยวัฒนธรรมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2539.

สง่า ลือชาพัฒนพร และอาทร เตชะธาดา, (บรรณาธิการ). **วิกฤตการณ์ทางเอกลักษณ์ บันทึกของคนรุ่นใหม่.** กรุงเทพฯ : กองบรรณาธิการปาจารยสาร, 2524.

สุพัตรา สุภาพ. **สังคมวิทยา.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2541.

สุริยันต์ พลหาราช. **ประวัติชาวแสกบ้านอาจสามารถ.** ภาคนิพนธ์ สกลนคร : วิทยาลัยครูสกลนคร, 2526.

แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย

Strategies for Developing Tourism with an Industrial City Concept : a Case Study of Chiangrai Province

วิชร นันต๊ะยานา รณิดา ปิงเมือง วัลทนา ภู่มา ไพรัช โรงสะอาด
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

บรรเจิด ภูสมศรี
องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงราย

Wichorn Nuntayana, Ranida Pingmaung, Valtana Phuma, Piruch Rongsa-ard
Chiangrai Rajabhat University

Bunjerd Phoosomsri
Chiangrai Provincial Administrative Organization

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง แนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นขององค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและประชาชนต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม ผลการพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรมและเพื่อศึกษาหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาจังหวัดเชียงรายการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพที่เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด จากกลุ่มตัวอย่าง 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ การสัมภาษณ์เชิงลึกและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลโดยการจัดเวทีเสวนา วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแยกประเภท จัดหมวดหมู่ สรุปและตีความเชิงพรรณนาและนำเสนอผลการวิจัยในรูปของการบรรยายความ ผลการวิจัยพบว่า

1. ความคิดเห็นขององค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและประชาชนต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม สรุปได้ดังนี้

1.1. การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมจะสนับสนุนซึ่งกันและกัน การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมสามารถพัฒนาควบคู่กันโดยมีการบริหารจัดการที่ดี ขณะเดียวกันภาครัฐมีนโยบายให้จังหวัดเชียงรายเป็นเขตเศรษฐกิจชายแดน และอำเภอที่เหมาะสมสำหรับพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว คือ อำเภอเชียงแสน การท่องเที่ยวที่เหมาะสมคือ การท่องเที่ยวเชิงสังคม-วัฒนธรรม ส่วนอุตสาหกรรมที่เหมาะสม คือ อุตสาหกรรมการเกษตร

1.2 ในการพัฒนาจังหวัดเชียงรายควรพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวเพราะอุตสาหกรรมทำลายทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมจะถูกทำลาย วิถีชีวิต วัฒนธรรมดั้งเดิมความ

เป็นท้องถิ่นของเชียงรายเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมสร้างค่านิยมทางวัตถุมากกว่าความเจริญทางจิตใจ ทำให้เกิดปัญหาทางสังคม

2. ผลการพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม พอสรุปได้ดังนี้ ประชาชนมีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น ลดการออกนอกพื้นที่เพื่อหางานทำ จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจลุ่มแม่น้ำโขงเหมาะกับการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของจังหวัดดีขึ้น

3. แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาจังหวัดเชียงราย เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม สรุปได้ว่า การพัฒนานั้นต้องคำนึงถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับพืชผลการเกษตร ความพร้อมด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด โดยการศึกษาปัญหาผลกระทบและวิธีการป้องกัน เช่น การกำจัดมลภาวะ ลดขยะ การรักษา สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่คุ้มค่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ทุกด้านทุกขั้นตอน ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นจริงสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

4. หน่วยงานราชการและองค์การที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารเทศบาล เทศบาล ชุมชน ท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อุตสาหกรรมจังหวัด หน่วยงานด้านการศึกษา สาธารณสุข โรงพยาบาล/อนามัย หอการค้า สภาวัฒนธรรม พาณิชย์จังหวัด ตำรวจท่องเที่ยว กรมทรัพยา กรธรณี กรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โยธาธิการและผังเมือง พัฒนาชุมชน กรมแรงงาน กระทรวงพัฒนาสังคม กรมศิลปากร เกษตรจังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร

5. สิ่งที่ประชาชนในจังหวัดเชียงรายกังวล ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแผนไม่ชัดเจน ขาดงบประมาณสนับสนุน ไม่มีเจ้าภาพทำงานที่จริงจัง ชุมชนไม่มีส่วนร่วม ภาครัฐไม่มีความจริงใจ นโยบายภาครัฐไม่สอดคล้องกับพื้นที่จริง สื่อไม่มีจุดยืนในการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง ปัจจุบันนักท่องเที่ยวลดลง

6. ข้อเสนอแนะที่สำคัญ ได้แก่ นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการชมศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม จึงควรส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม งานหัตถกรรมพื้นบ้าน นโยบายและแผนควรนำไปสู่ การปฏิบัติได้จริง ควรเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากร ให้ชุมชนมีส่วนร่วม รับรู้ผลกระทบ แสดงความคิดเห็นทุกขั้นตอน ปรับสภาพภูมิทัศน์ให้งดงามเข้ากับสิ่งแวดล้อม มีเทศบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุมอาคารและสิ่งก่อสร้าง มีแผนรองรับที่ชัดเจนเกี่ยวกับการบูรณะโบราณสถานและสถานที่สำคัญ ศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอย่างจริงจัง และมีการศึกษาวิจัยความต้องการด้านการท่องเที่ยว

Abstract

This study aimed to examine the strategies for developing tourist and industrial city, to investigate the opinions of local administration organizations, community, organizations, related institutions working for tourism development, and the Chiangrai residents' opinions towards the development of the city as tourism hub and industrial city, and the appropriate strategies for the province development. The study conclude both quantitative and qualitative methods collecting the data through 400 series of questionnaires. The samples were the informants from 4 selected districts: Muang, Mae Sai, Chiangsaen and Chiangkhong. In-depth interview were conducted with community

conversation forums to doubly check the information. The data were analyzed by pattern categorization technique, summarization, and descriptive analysis process. The research result of the study were presented in narrative style as follow :

1. On the opinions towards the development of Chiangrai province as tourism hub and industrial City, it was found that :

1.1 Tourism city and industry reciprocally supported each other. Both of them could be developed together if there were excellent management strategies. Since the government promoted Chiangrai economic corridor zone, the district which were appropriate for tourism developmental hub was Chiangsan District. This area was suitable for social and cultural tourism promotion and good for agricultural industry development.

1.2 On the opinion towards the sole development of tourism in Chiangrai provided that industrial damaged natural and environmental resources, and ways. The damage also changed local tradition and culture of city residents since industrialization created materialism value which caused social problems rather than morality.

2. The results of developing Chiangrai as tourism hub and industrial city revealed that the city residents were more employed and earned more incomes; a number of migratory labors were reduced; the province became the center for Grater Mekong Subregion economic development and trading activities, capital investment and tourism; and the province has better images.

3. The appropriate strategies to develop Chiangrai as Tourism hub and industrial city could think of the agricultural and vegetation production, the preparation on policies of and strategies for provincial development emphasizing the study of problems and their impacts as well as their solutions, for example, the eradication of pollution, the reduction of garbage, the preservation of environment and utilization of natural resources, the full range of community residents' participation, and the regular public relations on real and continual information basis.

4. The involve bodies both governmental and non-governmental organization, which worked on the Chiangrai Province development for tourism hub and industrial city included: local administration organization, provincial administration organization, municipal administration organization, municipality, communities, villages, Tourism Authority of Thailand, provincial industrial office, educational institution, provincial public health organization, hospital2public health center, office of natural resources and environment, office of public work and city plan, provincial chamber of commerce, council of culture, provincial commerce, tourist police department, office of community development, office of labor, ministry of social welfare and development, fine art department, office of provincial agriculture, and department of agricultural promotion.

5. The factors worried Chiangrai residents on developmental issues consisted of; the information and data on policies and planning were not obvious, the work operators lacked financial support, there was no certain responsible body, there was no community residents' participation, the government bodies lacked sincerity, governmental policies did not match with the real situations, the public relations organizations had no practical purposes in working and a number of tourists reduced tremendously.

6. The suggestions and recommendations included ; it needed to promote cultural preservation and local handicraft

production since there were many tourist s are interested in, policies and planning needed to be obvious for implementation, the well preparation of resources and the permission for community full range of participation as well as the perception of the impacts from work operation needed to be issued, the landscape decoration as good environment was required, the conventions for municipality constructional control were needed, the clear renovation plan for historical and archeological sites was needed, the study sessions on local histories were required, and the need analysis on tourism required the emphasis.

คำนำ

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีที่ชายแดนติดต่อกับประเทศสหภาพเมียนม่าร์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน มีแม่น้ำโขงเป็นพรมแดนและเป็นแม่น้ำสายสำคัญที่ทำให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างประเทศ ขณะเดียวกันในปี 2546 รัฐบาลได้มีโครงการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจชายแดนในสามอำเภอของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ อำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสน และอำเภอแม่สาย และข้อมูลจาการศึกษาของสำนักงานบริการเทคโนโลยีสาธารณสุขและสิ่งแวดล้อม คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (มหาวิทยาลัยมหิดล. 2548 : 2.2) พบว่าจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงที่สุดในภาคเหนือตอนบน ทั้งทางด้านประชากร เศรษฐกิจ-สังคม การคมนาคม การท่องเที่ยวและการศึกษา สืบเนื่อง มาจากความเหมาะสมด้านที่ตั้ง ที่อยู่ปากทางเข้าสู่ลุ่มน้ำโขงตอนบน บริเวณรอยต่อสามประเทศดังกล่าวแล้ว เมื่อมีการเปิดประเทศเข้าสู่ประตูการค้าระหว่างกันและกลายเป็น “สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ” ในที่สุด โอกาสในการพัฒนาของจังหวัดเชียงรายเพิ่มสูงขึ้น เมื่อศูนย์กลางเศรษฐกิจของโลกย้ายจากโลกตะวันตกสู่เอเชีย โดยมีประเทศจีนที่มีแนวโน้มสูงที่จะเป็นผู้นำเศรษฐกิจนั่นหมายถึงจังหวัดเชียงรายในฐานะสะพานเชื่อมเศรษฐกิจจะได้รับประโยชน์จากการพัฒนาดังกล่าวด้วย อันส่งผลให้เกิดกิจกรรมอันเนื่องจากการเป็นเขตเศรษฐกิจชายแดน เช่น มีการพัฒนาสาธารณูปโภค การสร้างท่าเรือ มีโครงการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรม อาจทำให้จังหวัดเชียงรายซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงและไม่เหมาะต่อการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรมประวัติศาสตร์และโบราณคดีอีกต่อไป ในการนี้จังหวัดเชียงรายทั้งชุมชน ท้องถิ่น องค์กรชุมชน ภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องมีการวางแผนการจัดการอย่างรอบคอบและเตรียมความพร้อมทุกด้าน ตลอดจนการสร้างความเข้าใจให้แก่ประชาชนตั้งรับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม และร่วมกันวางแผนการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เริ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมตั้งแต่มีการตั้งสำนักงาน การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ปี พ.ศ. 2535 เนื่องจากภาพลักษณ์ของจังหวัด คือ ภูเขาและเป็นจังหวัดที่อยู่เหนือสุดของประเทศไทยมีอากาศเย็นสบาย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่จึงเดินทางมาเที่ยวในฤดูหนาว พร้อมกันนี้จังหวัดเชียงรายได้มีโครงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวหลายโครงการ เช่น โครงการพัฒนาสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ โครงการพัฒนาดอยตุงและโครงการอื่นๆ ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ส่งผลให้จังหวัดเชียงรายเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้นจากเดิมที่เป็นเพียงเมืองชายแดนและดินแดนแห่งสามเหลี่ยมทองคำจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังข้อมูลย้อนหลัง 3 ปี คือ

ปี 2546 มีนักท่องเที่ยวเดินมาจังหวัดเชียงราย จำนวนทั้งสิ้น 1,052,591 คน คิดเป็นรายรับที่ได้จากการท่องเที่ยว 8,751.76 ล้านบาท ปี 2547 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาจังหวัดเชียงราย จำนวน 1,149,101 คน คิดเป็นรายรับที่ได้จากการท่องเที่ยว 9,515.80 ล้านบาท และ ปี 2548 (ชูกลิ่น อุนวิจิตร และคณะ. 2548 : 4-6) ซึ่งสอดคล้องกับการพยากรณ์ขององค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้ที่สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวโลกไว้ว่า ในปี ค.ศ.2000 (พ.ศ. 2543) จะมีนักท่องเที่ยวทั่วโลก 661 ล้านคน และจะเพิ่มจำนวนขึ้นทุกๆ 10 ปี (ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2548 : 93-94)

ขณะเดียวกันจังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และมีขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่นพื้นเมืองประจำจังหวัดที่เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ วนอุทยานน้ำตกขุนกรณ์ อุทยานแห่งชาติดอยหลวง ดอยแม่สลองหรือดอยสันติคีรี ถ้ำปุ่มถ้ำปลา ถ้ำเสาหินพญานาค สถูปและจุดชมวิวดอยช้างมูบ ดอยเชียงเมี่ยงและสบรวก ดอยผาตั้ง ภูชี้ฟ้าอยู่ในเขตอำเภอเวียงแก่น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถานและวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ วัดพระแก้ว วัดพระสิงห์ วัดดอยงำเมือง วัดกลางเวียง วัดมิ่งเมือง วัดศรีเกิด วัดร่องขุ่น พระธาตุจอมทอง อนุสาวรีย์พ่อขุนเม็งรายมหาราช พระธาตุจอมสัก พระธาตุดอยตุง พระธาตุจอมแว่ พระธาตุดอยเวา พระธาตุจอมกิตติ วัดป่าสักวัดพระเจ้าล้านทอง วัดพระธาตุผาเงา วัดเจดีย์เจ็ดยอด วัดเจดีย์หลวง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเชียงแสน พิพิธภัณฑ์ไร่ แม่ฟ้าหลวง พิพิธภัณฑ์ฌูบคำ พิพิธภัณฑ์ชาวเขา พิพิธภัณฑ์บ้านดำ อาคารแบบสถาปัตยกรรมท้องถิ่น พิพิธภัณฑ์พระ - ประทีปโกลด์แลนด์ เป็นที่จัดแสดงพระพุทธรูปโบราณและพระเครื่องเก่าแก่ทุกยุคทุกสมัยนับจากยุคคันธราษฎร์ ทวาราวดี เชียงแสน สุโขทัย อู่ทอง ลพบุรี อยุธยา รัตนโกสินทร์ ลานทอง อุทยานจัดแสดงวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขงหอพิพิธ-นิทัศน์ (หอฝิ่น) แหล่งประวัติศาสตร์ ได้แก่ เวียงพางคำ อำเภอแม่สาย วัดพระธาตุจอมกิตติ วัดพระธาตุผาเงา เวียงหนองล่ม เกาะดอนแท่น หรือเกาะหลวงที่อำเภอเชียงแสน เวียงกาหลงในเขตอำเภอเวียงป่าเป้าจังหวัดเชียงราย แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและหัตถกรรม ได้แก่ ดอยแม่สลอง สวนแม่ฟ้าหลวง ศูนย์หัตถกรรมเวียงกาหลง ศูนย์พัฒนาและสงเคราะห์ชาวเขา

ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และการละเล่นพื้นเมืองประจำจังหวัด ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีรดน้ำดำหัว ประเพณีสืบชะตา ประเพณีทานข้าวสลาก ภาษาพื้นเมืองเรียกว่า "ตานก๋วยสลาก" ประเพณีลอยกระทงในวันยี่เป็ง (วันเพ็ญเดือนสิบสอง) ประเพณีทำบุญปอย ซึ่งมี 3 อย่าง คือ ปอยหลวง เป็นการทำบุญฉลองอย่างใหญ่โต เช่น ฉลองโบสถ์ วิหาร มักจะทำกันหลังจากเก็บเกี่ยวข้าวแล้ว ปอยน้อย หรือปอยบวชลูกแก้ว เป็นประเพณีบวชพระหรือบวชเณร ปอยข้าวสังข์ เป็นการทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้แก่ผู้ที่ตายจากการคลอดบุตร และประเพณีจุดบ้องไฟ ชาวบ้านเรียกว่า "จิบอกไฟ" มักทำกันหลังสงกรานต์ระหว่างเดือนเมษายนถึงพฤษภาคม นอกจากนี้ยังมีเทศกาลต่างๆ เช่น งานวันลิ้นจี่เชียงราย สับปะรดนางแล งานพ่อขุนเม็งราย เป็นต้น

ด้านอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงรายมีโรงงานอุตสาหกรรมที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย ยอดรวมสะสมถึงวันที่ 30 ตุลาคม 2548 จำนวนทั้งสิ้น 713 โรงงาน เงินลงทุน 6,734 ล้านบาท แรงงาน

12,511 คน ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมการเกษตร รองลงมา คือ อุตสาหกรรมอโลหะประเภทก่อสร้าง อุตสาหกรรมอาหาร โรงงานที่มากที่สุด คือ โรงสีข้าว อำเภอเมืองเป็นอำเภอที่มีโรงงานตั้งอยู่มากที่สุด รองลงมา คือ อำเภอพาน อำเภอแม่จัน

อุตสาหกรรมการเกษตรมีจำนวนโรงงานทั้งสิ้น 218 โรงงาน เงินลงทุน 2,236 ล้านบาท แรงงาน 3,141 คน อุตสาหกรรมการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ โรงสีข้าวซึ่งมีจำนวน 140 โรง เงินลงทุนเฉลี่ย 8.9 ล้านบาท รองลงมา คือ กิจการบ่มใบชา ยาสูบ อบเมล็ดพืช

อุตสาหกรรมรองลงมา คือ อุตสาหกรรมอโลหะ มีจำนวน 100 โรงงาน เงินลงทุนประมาณ 500 ล้านบาท แรงงาน 936 คน ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนกิจการก่อสร้าง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์คอนกรีต มี 80 โรงงาน เงินลงทุนเฉลี่ยโรงงานละ 5.5 ล้านบาท รองลงมา กิจการผลิตอิฐดินเผาและคอนกรีตบล็อก จำนวน 15 โรงงาน อุตสาหกรรมเชื่อมกลึงโลหะ จำนวน 13 โรงงาน

อุตสาหกรรมรองลงมาเป็นลำดับที่สาม คือ อุตสาหกรรมอาหาร มีโรงงานทั้งสิ้น 96 โรงงาน เงินลงทุนประมาณ 1,330 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารจากพืช ผัก ผลไม้ เช่น เส้นก๋วยเตี๋ยว ใบชาแห้ง น้ำแข็ง นอกจากนี้ยังมีอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น กิจการเคาะซ่อมสีรถยนต์ โชว์รูมและศูนย์บริการซ่อมรถยนต์ กิจการทำท่อไอเสีย ต่อและซ่อมกระบะรถยนต์

ใน ปี พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม) มีผู้ขออนุญาตประกอบกิจการโรงงาน จำนวน 45 โรงงาน เงินลงทุน 603 ล้านบาท แรงงาน 699 คน ส่วนใหญ่เป็นโรงงานบ่มใบยาสูบ บ่มเมล็ดพืช โรงสีข้าว แต่กิจการที่น่าสนในในปีนี้ คือ โรงงานผลิตปุ๋ยชีวภาพ เงินลงทุน 137 ล้านบาท แรงงาน 10 คน กิจการห้องเย็น เงินลงทุน 103 ล้านบาท แรงงาน 12 คน โรงงานบ่มใบยาสูบ เงินลงทุน 73 ล้านบาท แรงงาน 10 คน

สำหรับโรงงานที่เลิกกิจการ มีจำนวน 20 โรงงาน เงินลงทุน 45 ล้านบาท แรงงาน 179 คน ได้แก่ โรงงานอบความชื้นพืชเกษตร โรงสีข้าว โรงผลิตดอกไม้ประดิษฐ์จากกระดาษสา สาเหตุส่วนใหญ่มาจากการเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่นหรือขายกิจการและย้ายที่ตั้งโรงงานใหม่ (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย. 2549 : 1)

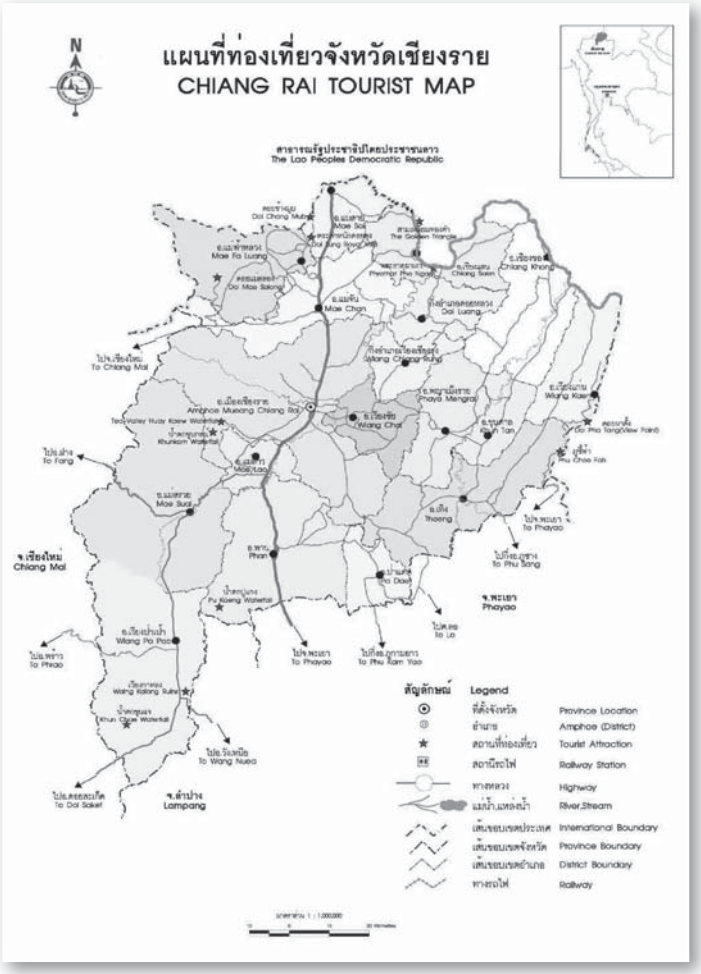
จากรายละเอียดดังกล่าวแล้วข้างต้น จะเห็นว่าจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาให้ก้าวหน้าได้ ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชน ชุมชน ตลอดจนองค์การภาครัฐ เอกชนและองค์กรส่วนท้องถิ่นว่ามีความเห็นอย่างไรกับการพัฒนาจังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม ผลการพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรมเป็นอย่างไร และแนวทางที่เหมาะสมที่จะพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเจริญก้าวหน้าและยั่งยืนมีอะไรบ้าง โดยมีพื้นที่ศึกษาในเขตสี่อำเภอของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ อำเภอเมืองอำเภอเชียงของ อำเภอเชียงแสนและอำเภอแม่สายซึ่งเป็นพื้นที่ที่อยู่ในโครงการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจชายแดนและอำเภอเมืองที่เป็นศูนย์กลางคมนาคมติดต่อระหว่างจังหวัดต่างๆ ภายในประเทศและมีขอบเขตการศึกษาดังนี้ คือ ขอบเขตด้านเนื้อหาศึกษาความคิดเห็นขององค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กร ชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและประชาชนต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม ศึกษาการพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม

และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากศึกษาเพื่อหาแนวทางทางที่เหมาะสมในการพัฒนาจังหวัดเชียงรายและใช้เวลาศึกษา 1 ปี คือ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2548-สิงหาคม 2549 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) การสังเกต การเสวนากลุ่ม (Focus Groups Discussion) และแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้นำชุมชน เยาวชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ ตัวแทนจากองค์กรอิสระหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมทั้งภาครัฐและเอกชน และค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้แนวคิดในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551 ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงราย แนวคิดเกี่ยวกับเขตเศรษฐกิจชายแดน แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา

ภาพที่ 1 แผนที่จังหวัดเชียงรายและพื้นที่ศึกษา (http://www.tat.or.th/thai/map_pop)



จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นขององค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและประชาชนต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม ศึกษาผลการพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม และเพื่อศึกษาหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาจังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) การสังเกต การเสวนากลุ่ม (Focus Groups Discussion) และแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้แก่ ผู้นำชุมชน เยาวชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ ตัวแทนจากองค์กรอิสระหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมทั้งภาครัฐและเอกชนและค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่ที่อาศัยอยู่ใน 4 อำเภอของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน อำเภอเชียงของ

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้นำชุมชน เยาวชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ ตัวแทนจากองค์กรอิสระหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งได้ทำการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1) ผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 400 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 อำเภอๆ ละ 100 คน โดยกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามครั้งนี้ ได้แก่

(1) ผู้นำชุมชน เช่น นายกเทศมนตรี/องค์การบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 150 คน
(2) เยาวชน จำนวน 80 คน
(3) เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 100 คน
(4) ตัวแทนจากองค์กรอิสระ จำนวน 70 คน

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก

(1) ผู้นำชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 5 คน
(2) สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 5 คน
(3) เยาวชน จำนวน 10 คน
(4) เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม จำนวน 10 คน
(5) ตัวแทนจากองค์กรอิสระ จำนวน 5 คน
(6) ผู้อาวุโส จำนวน 10 คน

3) การเสวนากลุ่ม

(1) ผู้นำชุมชน เช่น นายกเทศมนตรี/องค์การบริหารส่วนตำบล 5 คน
(2) กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 5 คน
(3) เจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 5 คน
(4) ตัวแทนจากองค์กรอิสระ จำนวน 5 คน
(5) เยาวชน จำนวน 5 คน

2. วิธีการศึกษา

2.1 การศึกษาเอกสาร (Desk Study)

เพื่อทบทวนความรู้จากเอกสาร รายงานการวิจัย รวมทั้งหน่วยงานของราชการและเอกชนที่อาจใช้เป็นแหล่งข้อมูลได้

2.2 การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูล

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอย่างกว้างๆ เพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

2.3 การเสวนากลุ่ม (Focus Group Discussion) มีการระดมความคิดเห็นอภิปรายในเรื่องแนวทางการพัฒนาจังหวัดเชียงราย เพื่อให้เกิดความเข้าใจในประเด็นหลักๆ ของกลุ่มเป้าหมาย

2.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับผลของการพัฒนา ทิศทางการพัฒนาและรูปแบบและแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาจังหวัดเชียงราย

2.5 การสังเกต (Observation)

2.6 การจัดเวทีเสวนา (Community Forums)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การเสวนากลุ่มซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 แบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามที่ต้องการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาจังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรมซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามแบบสำรวจ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ จำนวน 3 ข้อ

การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ ผู้นำชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล เยาวชน เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม ตัวแทนจากองค์กรอิสระ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบ ทิศทางการพัฒนาจังหวัดเชียงรายที่เหมาะสม

การเสวนากลุ่ม เป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ 2 ครั้งๆ ละ 10 คน จำนวน 20 คน ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับผลของการพัฒนาและหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการตรวจสอบและรายงานผลข้อมูลที่วิเคราะห์ได้จากแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทราบข้อมูลและแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

การจัดเวทีเสวนาเป็นกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 4 เวที จาก 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ โดยการนำเสนอที่ได้จากแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์และการเสวนากลุ่มเพื่อให้เวทีเสวนาตรวจสอบ เพิ่มเติมข้อมูลและเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาต่อไป

3.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

1) การสร้างแบบสอบถาม

มีขั้นตอนดำเนินการดังนี้

(1) ศึกษาเอกสารตำรา งานวิจัย วิทยานิพนธ์และบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมและยุทธศาสตร์การพัฒนา

(2) ประชุม หารือ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อุตสาหกรรม สำนักงานจังหวัดเชียงราย องค์การบริหารส่วนจังหวัดและสถาบันการศึกษา มีการระดมความคิดเห็นเพื่อหารูปแบบและ

แนวทางในการพัฒนาจังหวัดเชียงรายในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2548

(3) กำหนดโครงสร้าง เนื้อหา รายละเอียดของข้อมูล นำข้อมูลที่ได้จากการประชุมและจากการศึกษามาสร้างแบบสอบถาม

(4) ประชุมคณะวิจัยเพื่อตรวจสอบรายละเอียดของแบบสอบถาม พร้อมกำหนดวัน เวลาที่จะทดสอบแบบสอบถาม

(5) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องครอบคลุมของเนื้อหา พร้อมทั้งข้อแนะนำ จากนั้นนำแบบสอบถามมาแก้ไข ปรับปรุง

(6) นำแบบสอบถามที่แก้ไข ปรับปรุงแล้วทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่อำเภอแม่จัน จำนวน 30 ชุด ในวันที่ 7 ธันวาคม 2548

(7) นำแบบสอบถามที่ได้จากการทดสอบมาตรวจสอบกับโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อหาความเชื่อมั่น พร้อมทั้งปรับปรุง แก้ไขให้เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

2) การสร้างแบบสัมภาษณ์

มีขั้นตอนดังนี้

(1) ศึกษาและกำหนดประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม ทิศทางการพัฒนารูปแบบของการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม ปัญหาและอุปสรรคต่างๆตลอดจนผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น นำข้อมูลมาสร้างแบบสัมภาษณ์ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

(2) ประชุมคณะวิจัยเพื่อตรวจสอบรายละเอียดของแบบสัมภาษณ์ พร้อมกำหนดวัน เวลาที่จะทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม มีวิธีการดังนี้

ผู้วิจัยทำการแจกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 400 ชุด โดยกำหนดระยะเวลาในการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 4 อำเภอ คือ ระหว่างวันที่ 21-24 ธันวาคม 2548 และเก็บแบบสอบถามคืนในวันที่ 26-28 ธันวาคม 2548

4.2 ได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 382 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 95.5

4.3 นำแบบสอบถามทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์ข้อมูล

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการเสวนากลุ่ม/การจัดเวที

5. การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

5.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาจังหวัดเชียงรายจากแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้สถิติร้อยละและความถี่ ส่วนความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม วิเคราะห์ข้อมูลโดยจัดหมวดหมู่ แยกประเภท และสรุปตีความเชิงพรรณนา เพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามข้อที่ 1

5.2 ข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสม

ผลการพัฒนา แนวทางในการพัฒนาจังหวัดเชียงราย ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบสอบถาม สัมภาษณ์และเวทีเสวนา วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดหมวดหมู่แยกประเภทและสรุปตีความเชิงพรรณนาเพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามข้อที่ 2

5.3 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม ปัญหาและข้อเสนอแนะที่ได้จากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึกและเวทีเสวนา วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจัดหมวดหมู่แยกประเภทและสรุปตีความเชิงพรรณนาเพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามข้อที่ 3

ผลการวิจัย

ความคิดเห็นขององค์กรปกครองท้องถิ่น องค์กรภาครัฐ เอกชน องค์กรชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและประชาชนต่อการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม พบว่า มีกลุ่มที่เห็นด้วยกับการพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวและเมืองอุตสาหกรรมเพราะการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมจะสนับสนุนซึ่งกันและกัน โดยมีเหตุผลพอสรุปได้ดังนี้ คือ จังหวัดเชียงรายมีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่มีอาณาเขตติดชายแดน 3 ประเทศ และมีภูมิทัศน์ที่งดงาม คนเชียงรายเป็นมิตรกับผู้มาเยือนทำให้มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมสามารถพัฒนาควบคู่กันได้โดยเห็นว่าท่องเที่ยวเชิงสังคม-วัฒนธรรมและอุตสาหกรรมการเกษตรและการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเหมาะสมที่สุด แต่ต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ภาครัฐมีนโยบายให้จังหวัดเชียงรายเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนและอำเภอที่เหมาะสมสำหรับพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว คือ อำเภอเชียงแสน

ส่วนกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับการพัฒนาจังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรมได้ให้เหตุไว้ดังนี้ คือ พื้นที่ของจังหวัดเชียงรายไม่สามารถขยายออกไปได้และการท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมไม่สามารถทำร่วมกันได้ อุตสาหกรรมสร้างรายได้เฉพาะคนเพียงบางกลุ่มเท่านั้นและอุตสาหกรรมทำให้เกิดมลภาวะ ธรรมชาติเสียหาย และการอพยพของคนต่างถิ่นก็เป็นปัญหาของสังคม

สำหรับผลการพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม ได้แก่ คือ ประชาชนมีอาชีพและรายได้เพิ่มขึ้น ลดการออกนอกพื้นที่เพื่อหางานทำ ซึ่งเป็นปัญหาครอบครัวและสังคม ทำให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจลุ่มแม่น้ำโขง ภาพลักษณ์ ชื่อเสียงของจังหวัดจะเป็นที่รู้จักมากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสังคม-วัฒนธรรมสามารถบูรณาการให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรมการเกษตรและการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร โดยมีกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวได้แก่ กิจกรรมส่งเสริมให้เยาวชนมีความรู้หรือการศึกษาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ภาษาเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่น มีโอกาสนำเสนอประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ภาษา ตำนาน การแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ส่งเสริมสนับสนุนสินค้าท้องถิ่นที่บอกเล่าเรื่องราวประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์ กิจกรรมการบูรณะ ปฏิสังขรณ์แหล่งโบราณสถาน โบราณวัตถุ ฟื้นฟู อนุรักษ์ รักษาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ให้คนในชุมชนได้มีโอกาสนำเสนอเอกลักษณ์ของตนเองสู่บุคคลภายนอก โดยมีการแบ่งพื้นที่อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีมาตรการที่เข้มงวด

สำหรับควบคุมความปลอดภัย

แนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาจังหวัดเชียงราย เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม สรุปได้ดังนี้ คือ จังหวัดเชียงรายต้องมีนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดที่ชัดเจน เช่น นโยบาย การกำจัดมลภาวะ ลดขยะ การรักษาสิ่งแวดล้อม มีการศึกษาปัญหา ผลกระทบและวิธี การป้องกัน ซึ่งควรทำไปพร้อมกันหลายๆ ด้าน เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม จังหวัดเชียงรายต้องมีนโยบายและแผนการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม โดยต้องให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมทุกขั้นตอน และการมีส่วนร่วมต้องเป็นไปอย่างบูรณาการ มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นจริงอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง มีการศึกษาวิจัยความต้องการของคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในจังหวัด มีนโยบายและแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ เส้นทางคมนาคมและมีระบบการบริหารจัดการที่ดี มีการจัดข้อมูลฐานข้อมูลอย่างเป็นระบบและชัดเจนมีการเผยแพร่ข้อมูลทั้งในและต่างประเทศ มีนโยบายแผนและโครงการที่ให้ความรู้ด้านกฎหมาย เขตเศรษฐกิจชายแดนแก่ประชาชนในพื้นที่ มีการแบ่งพื้นที่อุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวที่ชัดเจน มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างครบวงให้สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงราย สมาคมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีส่วนในการทำแผนการท่องเที่ยว และเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมควรมีคำนึงถึงเรื่องอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับพืชผลการเกษตร ความพร้อมด้านนโยบายและยุทธศาสตร์ การพัฒนาโดยศึกษาปัญหา ผลกระทบและวิธีการป้องกัน เช่น การกำจัดมลภาวะ ลดขยะ การรักษาสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่คุ้มค่าและมีการประชาสัมพันธ์ข้อเท็จจริงสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อความเข้าใจให้คนในชุมชน

นอกจากนี้ยังพบปัญหาที่ประชาชนในจังหวัดเชียงรายกังวล ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายและแผนต่างๆ ไม่ชัดเจนและขาดงบประมาณสนับสนุน ไม่มีเจ้าภาพทำงานที่จริงจัง ชุมชนไม่มีส่วนร่วมภาครัฐ ไม่มีความจริงใจ นโยบายภาครัฐไม่สอดคล้องกับพื้นที่จริง จังหวัดมีแผนแต่ให้หน่วยงานอื่นทำแทน นโยบายหลักมีแต่ด้านการเกษตร ปัญหาขยะ น้ำเน่าเสียในอนาคต การเพิ่มจำนวนประชากรจากการอพยพแรงงานต่างถิ่น โครงการนิคมอุตสาหกรรมบางแห่งรัฐยังไม่สามารถแก้ปัญหาได้ สื่อมวลชนนำเสนอข้อมูลที่ไม่เป็นจริง และปัจจุบันนักท่องเที่ยวลดลง

ส่วนข้อเสนอแนะจากการจัดเวที ผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้ คือ นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการชมศิลปวัฒนธรรม หัตถกรรม จึงควรส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม งานหัตถกรรมพื้นบ้าน นโยบายและแผนควรนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง ควรเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรเพื่อรองรับโครงการต่างๆ ชุมชนควรมีส่วนร่วม รับรู้ผลกระทบ แสดงความคิดเห็น ควรหาทางลดช่องว่างรายได้จากการท่องเที่ยว ควรหาแหล่งทุนสนับสนุนการท่องเที่ยว ควรควบคุมร้านค้าแผงลอย ปรับสภาพภูมิทัศน์ให้งดงามเข้ากับสิ่งแวดล้อม มีเทศบัญญัติเกี่ยวกับการควบคุม การก่อสร้างอาคาร มีแผนรองรับที่ชัดเจนเกี่ยวกับการบูรณะโบราณสถานและสถานที่ที่สำคัญ ศึกษาประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอย่างจริงจัง รวมทั้งมีการศึกษาวิจัย เรื่องความต้องการด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การวิจัย เรื่องแนวทางในการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา

จังหวัดเชียงราย เป็นการสะท้อนความคิดเห็นของประชาชนในจังหวัดเชียงรายซึ่งพบว่าประชาชนส่วนมากไม่ทราบข้อมูล รายละเอียดที่เป็นข้อเท็จจริงทั้งผลดี ผลเสียเกี่ยวกับอุตสาหกรรม ไม่มีส่วนร่วมและรับรู้ด้านนโยบายการวางแผน และสื่อเสนอข้อมูลที่ไม่เป็นกลาง ดังนั้น การพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม หรือพัฒนาให้เป็นเมืองอุตสาหกรรมตามนโยบายของรัฐบาลที่ให้จังหวัดเชียงรายเป็นเขตเศรษฐกิจชายแดน หรือเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง จำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ทั้งส่วนท้องถิ่นและส่วนกลางต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1) ควรส่งเสริมให้ประชาชนในจังหวัดเชียงรายซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่และได้รับผลกระทบโดยตรงมีส่วนร่วมทุกขั้นตอนในฐานะที่เป็นผู้รู้และคุ้นเคยกับสภาพพื้นที่ดี

2) การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาจังหวัดเชียงราย ต้องเป็นการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ

3) ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เป็นความจริงทั้งข้อดีและข้อเสียอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เป็นการสร้างความเข้าใจแก่ประชาชน ซึ่งนำไปสู่ความร่วมมือจากภาคประชาชนในพื้นที่

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปที่คิดว่ามีประโยชน์และสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาจังหวัดเชียงราย ควรจะศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับผลดีผลเสียของการพัฒนาด้านการอุตสาหกรรม โดยใช้กรณีศึกษาการนิคมอุตสาหกรรมที่มีการจัดตั้งขึ้นในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ข้อมูลให้ประชาชนได้รับทราบข้อเท็จจริง เป็นการสร้างความเข้าใจอันนำไปสู่การพัฒนาและความร่วมมือ ในการแก้ปัญหาอันอาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต และศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการเมืองท่องเที่ยวคู่กับเมืองอุตสาหกรรม หรือรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและเอื้อต่ออุตสาหกรรม

บรรณานุกรม

กรวรรณ์ สังข์กร และ สุพัฒน์ โตวิจักษณ์ชัยกุล. (มปป.). **ผลกระทบจากการเป็นเมืองท่าของอำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของจังหวัดเชียงราย**. รายงานการวิจัย. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2547). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551.** กรุงเทพมหานคร : กระทรวงฯ.

ชูกลิ่น อุนวิจิตรและคณะ. (2548). ***ศักยภาพและความต้องการในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น.*** P. 4-6

ดวงจันทร์ อาภาวัชรุตม์ เจริญเมือง. (2547). **เมืองยั่งยืนในเอเชีย แนวคิดและประสบการณ์จากเมืองนาราและบาหลี** = Sustainable Cities in Asia : a Case of Nara and Bali. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. **(2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน** = Sustainable Tourism Development. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

พระธรรมปิฎก (ป.อ.ปยุตโต). (2546). **การพัฒนาที่ยั่งยืน** = Sustainable Development. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโกมลคีมทอง.

มหาวิทยาลัยมหิดล. (2548). **การศึกษาผลกระทบวิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจชายแดน จังหวัดเชียงราย.** กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยฯ.

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงราย (เฉพาะด้านการท่องเที่ยว). (2547). เชียงราย : มปท. อัดสำเนา

ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดเชียงราย. (2548). **แผนปฏิบัติราชการ 4 ปี พ.ศ. 2548-2551 จังหวัดเชียงราย.** เชียงราย : ศูนย์การท่องเที่ยวฯ.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). **แผนปฏิบัติราชการ 4 ปี พ.ศ. 2578-2551 จังหวัดเชียงราย.** กรุงเทพมหานคร : สำนักงานฯ. อัดสำเนา http://www.tat.or.th/thai/map-pop

การศึกษาพลกระทบทางการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชนเผ่าจังหวัดเชียงรายกรณีศึกษา : เปรียบเทียบจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง

Tourist Impact on the Ethnic Groups' Ways of Life in Chiangrai
Case study: Comparison between Chiangrai and Khun Ming

รังสิต เงาแก้ว
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย
Rungsit Ngowkeaw
Rajamangala University of Technology Lanna Chiang Rai

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย ศึกษาความแตกต่างทางวิถีชีวิตของชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายของประเทศไทย และมณฑลยูนนานของประเทศจีน ศึกษาแนวทางที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายให้เกิดความยั่งยืน ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวชนเผ่าของจังหวัดเชียงราย ทราบแนวทางและผลจากการแก้ไขผลกระทบของชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง และทราบแนวทางการสร้างความร่วมมือเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบจากการท่องเที่ยวชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และชาวต่างประเทศอีก จำนวน 400 คน ที่มาเที่ยวชนเผ่าจังหวัดเชียงรายในพื้นที่ 4 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเชียงราย อำเภอแม่สาย อำเภอแม่จันและอำเภอแม่ลาว รวมประชากรทั้งสิ้น 800 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่นักวิจัยสร้างขึ้นจากข้อมูลของแบบสนทนากลุ่มและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว คือ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย มีทั้งผลดีและผลเสีย ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรมและด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนด้านเศรษฐกิจมีแต่ผลดี

ผลดีด้านสังคม คือ สภาพความเป็นอยู่ของชนเผ่าดีขึ้นมีการสร้างบ้านเรือนขึ้นใหม่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในชีวิตประจำวันมากขึ้น

ผลเสียด้านสังคม คือ ความยากลำบากในการประกอบอาชีพเกษตรกรรม เช่น การขังสัตว์เพื่อความสะดวกในการเยี่ยมชมชนเผ่าของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ชนเผ่าบางกลุ่มเปลี่ยนอาชีพหรือวิถีชีวิตการเกษตรเพื่อไปขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวเพราะมีรายได้ดี ซึ่งเป็นเหตุให้เกิดนิสัยเกียจคร้านในการทำงานด้านการเกษตร

ผลดีด้านวัฒนธรรม คือ การอนุรักษ์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนเผ่า และโอกาสในการแลกเปลี่ยนและศึกษาวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชนเผ่า

ผลเสียด้านวัฒนธรรม คือ เกิดความขัดแย้ง แข่งขันกันเองในชนเผ่าและวิถีการดำเนินชีวิต

ของชนเผ่าเปลี่ยนไป เช่น การนับถือผีบรรพบุรุษ เปลี่ยนเป็นการนับถือศาสนาคริสต์ ส่งผลให้พิธีกรรมและความเชื่อบางอย่างสูญหาย การแต่งกายของชนเผ่าเปลี่ยนไป ภาษาชนเผ่ายังคงใช้ในการสื่อสารกันเองในกลุ่ม แต่ต้องใช้ภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศบางภาษาสื่อสารกับนักท่องเที่ยว จึงทำให้บางคำหรือบางกลุ่มคำในภาษาชนเผ่าสูญหายไป เปลี่ยนไปใช้ภาษาอื่นแทน

ผลดีด้านสิ่งแวดล้อม คือ ชนเผ่ามีการอนุรักษ์น้ำและป่าไม้เพื่อส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว

ผลเสียด้านสิ่งแวดล้อม คือ มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางเข้าไปชมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แล้วทิ้งขยะและไม่รักษาความสะอาด

ผลดีด้านเศรษฐกิจ คือ ชนเผ่ามีรายได้เพิ่มขึ้นจากการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่า ชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง มณฑลยูนนานมีวิถีการดำเนินชีวิตคล้ายกัน คือ การประกอบอาชีพหลักทางการเกษตรและประกอบธุรกิจทางการท่องเที่ยวเพื่อเสริมรายได้ ซึ่งการท่องเที่ยวทำให้ชนเผ่ามีโอกาสได้แสดง ถ่ายทอด แลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมของตนเอง สร้างปฏิสัมพันธ์ กับนักท่องเที่ยว มีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเองมีความมั่นใจในการถ่ายทอดและเผยแพร่วัฒนธรรมของตนเองให้กับผู้อื่นได้ แต่สิ่งแวดล้อมที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอาจเสื่อมโทรมลง ซึ่งทั้งจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนาน ต่างประสบปัญหา เหมือนกัน

แนวทางการสร้างความร่วมมือเพื่อป้องกันและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบทางการท่องเที่ยว ชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายใช้กลไกของผู้นำชุมชนและการสร้างเครือข่าย เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน สร้างจิตสำนึกภูมิปัญญาของชนเผ่าและการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมให้กับคนรุ่นใหม่ ส่วนมณฑลยูนนาน ใช้กลไกของภาครัฐโดยมีการออกกฎเกณฑ์ต่างๆในการปกป้องรักษาวัฒนธรรมของตนเองไว้ หากทั้งจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนาน นำวิธีการและกลไกที่แตกต่างกันมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน อาจส่งผลดียิ่งขึ้นในการป้องกันแก้ไขปัญหาดังกล่าว

แนวทางที่ทำให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน จังหวัดเชียงรายใช้วิธีการให้ความรู้ โดยสถานศึกษาของภาครัฐ สนับสนุนงบประมาณและจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว ส่วนมณฑลยูนนานใช้องค์กรเอกชน สนับสนุนงบประมาณ จัดกิจกรรม ปลูกจิตสำนึกให้ชนเผ่าอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซ่อมแซมบูรณะแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น หากทั้งจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนาน ได้ร่วมเรียนรู้และนำวิธีการมาปรับใช้ อาจทำให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

Abstract

The purpose of this research was to study the impacts of tourism to the ethnic groups' ways of life in Chiangrai, to study the differences of the ethnic groups' ways of life in Chiangrai of Thailand and in Yunnan; the Republic of China, to study the strategies of Chiangrai's sustainable tourism enhancement, to survey the tourists' opinions on Chiangrai's ethnic tourism management, to study the strategies and the solutions of ethnic groups between in Chiangrai province and Khun Ming city, to find out the cooperative strategies of preventing the impacts of ethnic tourism between in Chiangrai and in Khun Ming city. The population was divided into 2 groups as 400 Thai tourists and 400 foreign tourists. The research areas were 4 districts in Chiangrai: Muang Chiangrai district with many ethnic

tourism-based attractions, Mae Sai district with fewer ethnic tourism- based attractions, Mae Chan district with few ethnic tourism- based attractions and Mae Loa district with no ethnic tourism- based attractions. The research instruments drawn from the in-depth interview and focus groups were questionnaires. The statistics used were percentage, mean and standard deviation.

There were both positive and negative impacts to Social, Culture and Environment where as there was only positive impacts in Economic which impacted to the ethnic groups' ways of life in Chiangrai.

A positive impact in Social was a better ethnic groups' livelihood. There were a lot of new modern houses and several daily facilities

Negative impacts in Social were the difficulty in agriculture such as pets being shut for tourists caused to some ethnic groups changed occupations for selling souvenirs. They were lazy to work in agriculture. A bad tourists' behaviour made ethnic groups to feel humble and unfair in social. Some ethnic groups changed to eat cooked food as a result of the imitating from the tourists. The tourists and guides took some drugs to use in the village.

Positive impacts in Culture were the ethnic groups' preserving their ways of life and they had an opportunity to learn and exchange their culture with the tourists.

Negative impacts in Culture were the ethnic groups' quarrel because of the income from tourism. The ethnic groups' cultures were changed such as the religion of their own ancestors to be Christian cause to some old tradition was lost. The ethnic groups changed their dress but they still used their language to communicate within their groups. However they used Thai or other languages to communicate with the tourists cause to some ethnic words or phrases were lost.

A positive impact in Environment was the preservation of forests and surrounding for the tourism industry.

Negative impacts in Enviroment were the problem of rubbish and dirtiness from the tourists.

A positive impact in Economic was the increase of ethnic groups' income from tourism.

The research has shown the ethnic groups' ways of life in Chiangrai, Thailand were the same as in Yunnan, Republic of China for example the main ethnic groups' occupation was agriculture and they used tourism industry to increase their income. The ethnic groups had a chance to show, exchange, learn and participant their tradition with the tourists cause to they felt proud their own custom and confident to teach others. However, Chiangrai and Yunnan found the same decadent tourism place problem.

The collaborative strategies of preventing and the solutions in the impacts of ethnic tourism in Chiangrai was the community leaders and concerned participants for fostering the ethnic groups love and preserve there own tradition. Yunnan used the regulations from the government to preserve the tradition. Therefore, if Chiangrai and Yunnan use each strategies to apply for solving there problems, it may be better.

The strategies sustainable ethnic tourism based enhanced in Chiangrai were education from the educational places to support the budget in advantage tourism activities. Whereas, Yunnan used the budget from the individual organizations to support the activities, the traditional preservation and restore the ethnic tourism places. Therefore, if Chiangrai and Yunnan use the cooperated strategies, the more sustainable ethnic tourism based will be enhanced.

คำนำ

การท่องเที่ยวชนเผ่าในอดีต เป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นิยมท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยใช้วิธีเดินทางด้วยเท้า เพื่อเข้าไปชมวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชนเผ่า แต่เมื่อการท่องเที่ยวได้เข้าไปสู่หมู่บ้านหรือท้องถิ่นของชนเผ่ามากขึ้น เงิน วัตถุนิยมและวัฒนธรรมต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวนำเข้าไปสู่หมู่บ้านนั้นๆ ทำให้ชนเผ่าด้วยกันเอง เห็นความแตกต่างของผู้คนหรือสมาชิกในหมู่บ้านที่ให้บริการนักท่องเที่ยวหรือมีอาชีพให้บริการนักท่องเที่ยว มีเงินทอง ฐานะดีขึ้น สิ่งต่างๆที่เคยเป็นวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ประเพณีที่เคยทำกันมาอย่างปกติก็ต้องจัดทำเพื่อให้นักท่องเที่ยวชม อย่างเช่น ประเพณีขึ้นปีใหม่ การเต้นรำ การแต่งกายในวันสำคัญ พิธีกรรมต่างๆ แม้ที่อยู่อาศัยของตนเองก็กลายมาเป็นบ้านพักให้กับนักท่องเที่ยวได้พักแรมกัน ทำให้คนอื่นที่เหลือก็เริ่มหันไปสนใจที่จะให้บริการนักท่องเที่ยวมากขึ้นจะเห็นได้ว่าวิถีชีวิตของชนเผ่าเอง จากอดีตถึงปัจจุบันมีการเปลี่ยนไปมาก โดยเฉพาะในอำเภอที่มีแหล่งท่องเที่ยวชนเผ่าที่เป็นที่นิยม มักจะมีนักท่องเที่ยวหลากหลายเข้าไปท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งในอนาคต หมู่บ้านชนเผ่าที่ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวก็อาจจะกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญก็เป็นได้

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีผลต่อชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย เพื่อทราบถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย เพื่อทราบถึงความแตกต่างทางวิถีชีวิตของชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายของประเทศไทยและมณฑลยูนนานของประเทศจีน ค้นหาแนวทางที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายให้เกิดความยั่งยืน เพื่อทราบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชนเผ่าของจังหวัดเชียงราย เพื่อทราบว่าการท่องเที่ยวนั้นส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย กับบนครคุนหมิงแตกต่างกันหรือไม่ และค้นหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เป็นผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีผลต่อชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย 4 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวชนเผ่ามากที่สุด อำเภอแม่สายมีแหล่งท่องเที่ยวชนเผ่ามากรองลงมา อำเภอแม่จันมีแหล่งท่องเที่ยวชนเผ่าน้อย และอำเภอแม่ลาวมีแหล่งท่องเที่ยวชนเผ่าน้อยที่สุด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยในครั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวชนเผ่าใน

จังหวัดเชียงราย โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวชนเผ่าชาวไทย จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 400 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 800 คน

เครื่องมือและวิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสาร ทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยอื่นๆ ในเรื่องที่ใกล้เคียงกัน เอกสารต่างๆ สิ่งพิมพ์และอื่นๆ พร้อมทั้ง

สอบถามหน่วยงานทางภาครัฐ เอกชนและองค์กรต่างๆ ที่ทำงานทางด้านชนเผ่า ในจังหวัดเชียงราย

ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้มาจัดการประชุมแบบ Focus group เพื่อหาข้อมูลมาสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์และนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ใน การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับชนเผ่า

ขั้นตอนที่ 3 นำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตชนเผ่าในเขตพื้นที่การวิจัยมาสนทนากลุ่ม เพื่อนำข้อมูลมาสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์และนำแบบสัมภาษณ์ไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับชนเผ่าแต่ละชนเผ่าของจังหวัดเชียงราย

แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) การนำข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตชนเผ่ามาสนทนากลุ่มกับผู้เกี่ยวข้อง คือ ผู้นำชนเผ่า ผู้แทนหน่วยงานของรัฐ ผู้แทนหน่วยงานของเอกชน NGO ที่ทำงานด้านชนเผ่า เพื่อนำข้อมูลมาสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลวิถีชีวิตชนเผ่าตามหัวข้อ สำคัญของวิถีชีวิตชนเผ่า คือ

1. วัฒนธรรมของชนเผ่า โดยสัมภาษณ์ตามรายการ คือ การแต่งกาย การใช้ภาษาและตัวอักษร ศาสนาและความเชื่อ การละเล่น บทเพลง และท่ารำ ลักษณะครัวเรือน การประกอบอาชีพ อาหารและการบริโภค

2. ลักษณะบทบาทและหน้าที่ของชนเผ่าเกี่ยวกับ กลุ่มผู้นำทางการปกครอง

3. กิจกรรมและประเพณีทางสังคม โดยสัมภาษณ์ 2 รายการ คือ

3.1 การเข้าหมู่บ้าน ได้แก่ การเข้าร่วมพิธีกรรม พิธีกรรมที่สำคัญ การเซ่นไหว้ผี และการรักษาอาการเจ็บปวด

3.2 ข้อห้ามและบทลงโทษของชนเผ่า ได้แก่ ข้อปฏิบัติของชนเผ่าและการลงโทษชุมชนของชนเผ่า

ขั้นตอนที่ 4 สรุปวิถีชีวิตของชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายและนำมาเปรียบเทียบกับของมณฑลยูนนานโดยวิเคราะห์จากเอกสารงานวิจัยที่ทางมหาวิทยาลัยยูนนานได้ทำการศึกษาไว้แล้ว

ขั้นตอนที่ 5 ได้บทเรียน แนวทางป้องกันและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบจากการท่องเที่ยวชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง

ขั้นตอนที่ 6 แจกแบบสอบถามกับตัวอย่างที่สุ่มจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวชนเผ่า

ขั้นตอนที่ 7 นำผลที่ได้มาเปรียบเทียบกับผลที่ได้จากมณฑลยูนนาน และหาความแตกต่าง สุดท้ายทำการประชุมแบบใหญ่ เพื่อตอบงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวชนเผ่า โดยใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย/มัชฌิมเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

จากวิธีการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งผลการศึกษาตามขั้นตอน คือ จากขั้นตอนที่ 1-3 และขั้นตอนที่ 6 ผลการศึกษาพบว่า

อำเภอเมืองเชียงราย

จากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก ตำบลดอยฮาง อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามมากมาย เช่น บ่อน้ำพุร้อน

ผาเสริฐ บ่อน้ำร้อนห้วยหมากเลี่ยม น้ำตกห้วยแก้ว จุดชมวิวปางข้าวรวมมิตร เป็นต้น มีหมู่บ้านชาวเขา ได้แก่ บ้านอาแป เป็นหมู่บ้านชาวเขาเผ่าอาข่า ตั้งอยู่บริเวณเนินเขาใกล้น้ำตกห้วยแก้ว มีที่พักแบบเกสต์เฮ้าส์ และสถานที่ขายของที่ระลึก ซึ่งเป็นการประดิษฐ์ของชาวบ้านซึ่งทำด้วยมือ และมีบริการนวดตัวและนวดฝ่าเท้าตำหรับชาวเขา

จากความคิดเห็นของชนเผ่า พบว่า ถึงแม้จะมีการเปลี่ยนความเชื่อและการนับถือต่างๆ แต่บางหมู่บ้านยังมีหัวหน้าวัฒนธรรมอยู่ เรียกว่า “หมอผี” ซึ่ง การรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ได้นั้น ขึ้นอยู่กับบทบาทของผู้นำทางประเพณีด้วย ถ้าบทบาทของผู้นำเข้มแข็งก็จะดำรงอยู่ได้ ส่วนการจะให้แต่งกายชุดชนเผ่าตลอดเวลา ในยุคสมัยนี้เป็นไปได้ยาก เพราะการแต่งกายแบบชุดปัจจุบันสวมใส่สบายกว่า การใส่ชุดชนเผ่าจึงใช้เฉพาะงานพิธีกรรมสำคัญเท่านั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทำพร้อมกับการอนุรักษ์วิถีชีวิตให้คงอยู่เพื่อให้เกิดการอนุรักษ์ความเป็นชนเผ่า จึงต้องสร้างจิตสำนึกในภูมิปัญญาของชนเผ่า สร้างความเข้าใจแก่ชนเผ่ารุ่นใหม่ ในวัฒนธรรมดั้งเดิมให้ช่วยกันอนุรักษ์ไว้ นอกจากนั้นชนเผ่ายังมีความต้องการให้หน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เข้ามาช่วยให้ความรู้ ส่งเสริม งบประมาณสนับสนุน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชนเผ่าให้ดีขึ้น รวมถึงการอนุรักษ์ภาษาและวัฒนธรรมชนเผ่าด้วย เช่น ให้สถานศึกษาแต่ละแห่งที่มีชนเผ่าจัดการเรียนการสอนวิชา “ภาษาชนเผ่า” เพื่อสอนชนเผ่าให้อ่านออกเขียนได้ และสถานที่ท่องเที่ยวต้องช่วยกันรณรงค์เรื่องการรักษาความสะอาด ทั้งน้ำดื่ม อาหาร และสถานที่พัก ต้องพัฒนาด้านการคมนาคมและการเดินทางให้สะดวกขึ้น แต่ปัญหาที่สำคัญที่สุด คือ นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวหมู่บ้านที่คงความเป็นธรรมชาติไว้ได้มากที่สุด ซึ่งขัดต่อความต้องการของชนเผ่าที่มีความต้องการความเจริญ ความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต จึงต้องทำความเข้าใจกัน เพื่อให้เกิดความสอดคล้องลงตัว ให้การอนุรักษ์วิถีชีวิตควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวไม่ได้มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชนเผ่าโดยตรง การเปลี่ยนแปลงต่างๆ เกิดจากสภาวะแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนไป

อำเภอแม่สาย

จากการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึกชาวอาข่า บ้านผาหมี ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย พบว่า ปัจจุบัน ชนเผ่ากว่า 80% ไม่แต่งกายชุดชนเผ่า แต่จะแต่งเฉพาะเทศกาลและในวันศุกร์ เด็กๆ ชนเผ่าจะแต่งกายชุดชนเผ่าไปโรงเรียนเท่านั้น การใช้ภาษาของชนเผ่ายังคงใช้ภาษาอาข่าในการสื่อสารอยู่ แต่คนรุ่นใหม่จะพูดภาษาไทยหรือภาษาเมืองในการสื่อสารกัน มีตัวอักษรภาษาอังกฤษประยุกต์เป็นภาษาเขียน แต่คนรุ่นใหม่จะอ่านไม่ออกเขียนไม่ได้ การติดต่อสื่อสารกับชนเผ่าอื่นจะใช้ภาษาไทย ด้านศาสนาและความเชื่อยังคงนับถือผีบรรพบุรุษ และยังมีการสืบทอดประเพณีต่างๆ ของชนเผ่า การประกอบอาชีพยังคงทำการเกษตร เช่น การปลูกพืชเศรษฐกิจ เช่น ส้ม ลิ้นจี่ กาแฟ สำหรับการท่องเที่ยวที่บ้านผาหมีจะมีไม่มาก เพราะสภาพพื้นที่เป็นเขาสูง บางครั้งจะมีไกด์พานักท่องเที่ยวเข้ามาชม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือประเพณีชนเผ่าต่างๆ โล้ชิงช้ายังคงมีการบริโภคอาหารแบบดั้งเดิมของชาวอาข่าอยู่ ซึ่งถ้าหากมีพิธีกรรมจะต้องให้ผู้นำหรือหมอผีกินก่อน โดยบทบาทของผู้นำมี 2 แบบ คือ ผู้นำตามที่ส่วนราชการกำหนด ได้แก่ กำนันและผู้ใหญ่บ้านและผู้นำทางประเพณี คือ “หมอผี” ซึ่งจะไม่มีวาระในการดำรงตำแหน่งแต่จะเป็นการสืบทอดกันทางครอบครัวโดยผู้นำ

ทางประเพณีจะเป็นผู้ดำเนินการในพิธีกรรมต่างๆของชนเผ่า สรุปได้ว่าชาวอาข่า ตำบลบ้านผาหมียังคงสืบทอดวิธีการดำเนินชีวิตของชนเผ่าไว้ได้มากมีเพียงการแต่งกายเท่านั้น ที่เปลี่ยนไปตามสภาพทางสังคมในยุคปัจจุบัน

ชนเผ่าลัวะ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จะแต่งกายชุดชนเผ่าเฉพาะงานประเพณีเช่นเดียวกับชาวอาข่าที่ดอยผาหมี และเด็กๆ จะแต่งชุดชนเผ่าในวันศุกร์ไปโรงเรียน การสื่อสารกันในชนเผ่าจะใช้ภาษาลัวะ ส่วนตัวอักษรเป็นภาษาล้านนา เพราะชาวล้านนากับชาวลัวะได้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกันมานาน ทั้งทางด้านเครื่องดนตรี ภาษา ด้านศาสนาและความเชื่อ จะนับถือศาสนาพุทธและพราหมณ์ผสมกัน ซึ่งจะมีพิธีกรรมคล้ายกับคนเมือง เช่น พิธีเรียกขวัญ พิธีสืบชะตา ส่วนการละเล่นพื้นบ้านยังคงสืบทอดกันอยู่ เช่น การตีกลอง การร่ายรำดาบ เป็นต้น ชนเผ่าลั้วะจะมีผู้นำชนเผ่าเรียกว่า ผู้นำอาวุโส หรือปู่จารย์ ซึ่งมีความรู้ทางพิธีกรรมทางศาสนา ซึ่งชาวลัวะจะให้ความเคารพนับถืออย่างมาก การประกอบอาชีพยังมีการเพาะปลูกบ้าง เช่น ชา ลิ้นจี่ แต่ส่วนใหญ่จะหันไปทำงานรับจ้าง เช่น ที่โครงการในพระราชดำริดอยตุงและสวนสมเด็จย่า เนื่องจากมีที่อยู่อาศัยใกล้กัน และเนื่องจากที่อยู่อาศัยของชาวลัวะ อยู่บริเวณทางผ่านที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวที่อื่น การท่องเที่ยวจึงไม่มีผลกระทบต่อวิธีการดำรงชีวิตของชนเผ่ามากนัก อีกทั้งชาวลัวะ มีวิถีชีวิตคล้ายคลึงชาวล้านนา วิถีชีวิตจึงมีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป

อำเภอแม่จัน

ผลการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก บ้านหล่อชา ตำบลป่าตึง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย พบว่า ที่หมู่บ้านมีการจัดการท่องเที่ยว ในรูปแบบของ “พิพิธภัณฑ์ชีวิต” โดยให้นักท่องเที่ยวเดินชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนเผ่า ที่ปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ชมการแสดงเต้นรำ การตีเหล็ก การจักรสาน และการปักผ้า ชนเผ่ามีรายได้ จากค่าเข้าชมและการทำของที่ระลึกขายแก่นักท่องเที่ยว เช่น ผ้าปักมือ กระเป๋าขนาดต่างๆ สร้อยคอร้อยหินแบบต่างๆ เป็นต้น มีร้านขายของที่ระลึกอยู่หน้าหมู่บ้านและจุดนั่งพักของนักท่องเที่ยวมีบริการน้ำชาร้อนๆ ในกระบอกไม้ไผ่ฟรี ชนเผ่าแต่ละหมู่บ้านยังมีการแต่งกายของชนเผ่าอยู่บ้าง โดยเฉพาะบ้านที่มีการแสดงให้นักท่องเที่ยวชมจะเปลี่ยนเวรกันแต่งวันละ 8 คน ได้รับค่าจ้างวันละ 70 บาท จากเงินธนาคารประจำหมู่บ้านบางคนจะประยุกต์รูปแบบเสื้อผ้าให้สวมใส่ง่าย เด็กๆในหมู่บ้านจะแต่งชุดชนเผ่าไปโรงเรียนด้วย ภาษาชนเผ่าจะใช้พูดกันในครอบครัวและคนในหมู่บ้าน และใช้ภาษาเมืองสื่อสารกับคนอื่น ส่วนคนรุ่นใหม่จะฝึกพูดภาษาอังกฤษเพิ่มอีกหนึ่งภาษาเพื่อสนทนากับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านศาสนาและความเชื่อยังคงมีการนับถือผีบรรพบุรุษ โดยจะบูชาในวันปีใหม่ มีหมอผีเป็นผู้ประกอบพิธีกรรมต่างๆโดยเฉพาะงานศพ การละเล่นต่างๆเดิมจะทำเฉพาะวันสำคัญ แต่ปัจจุบันสามารถแสดงได้ทุกวันเพื่อให้นักท่องเที่ยวชม การประกอบอาชีพส่วนใหญ่ยังคงปลูกพืชเกษตรกรรม เลี้ยงหมู เลี้ยงไก่ แต่การมีนักท่องเที่ยวเข้ามาทำให้ต้องกักขังสัตว์เหล่านั้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการเที่ยวชม จึงทำให้ชนเผ่าบางส่วนเดือดร้อนเพราะขัดต่อชีวิตความเป็นอยู่ ผลผลิตทางการเกษตรถ้ามีมากเกินการบริโภคในครัวเรือนจะนำไปจำหน่ายในตัวเมือง ชนเผ่าบางรายมีรายได้จากการเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวได้ชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และจากการจัดทำของที่ระลึกจำหน่ายด้วย ด้านอาหารและการบริโภคยังคง

รูปแบบเดิม แต่มีอาหารสำเร็จรูปเข้ามาบทบาทมากในชีวิตประจำวัน กลุ่มผู้นำทางการปกครองจะเป็นการแต่งตั้งตามที่ส่วนราชการกำหนด มีผู้ใหญ่บ้านเป็นตัวแทนหมู่บ้านคนที่ถือสัญชาติไทยก็สามารถเลือกตั้งได้และหมู่บ้านยังได้รับความช่วยเหลือ เช่น เงินบริจาคจากหน่วยงานต่างๆอีกด้วย

แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยว คือ

1. ไกด์ชุมชนต้องเป็นคนของชนเผ่า เพื่อให้การถ่ายทอดวัฒนธรรมของชนเผ่ามาจากชนเผ่าโดยตรงเพราะไกด์อาจให้ข้อมูลเกี่ยวกับชนเผ่าไม่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยวอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิดในวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการกระทำที่ไม่เหมาะสมต่อชนเผ่า ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกทางจิตใจของชนเผ่าได้ เช่น เกิดความรู้สึกต่ำต้อย เกิดความไม่เท่าเทียมกันทางสังคม เป็นต้น นอกจากนั้นรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยวก็ส่งผลต่อชนเผ่าโดยตรง ซึ่งก่อให้เกิดความสามัคคีในชนเผ่าให้อนุรักษ์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของตนให้คงอยู่ได้

2. ควรจัดการท่องเที่ยวแบบมีปฏิสัมพันธ์ให้มากขึ้น มิใช่เพียงแค่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชมแล้วกลับไปควรเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนศึกษาวัฒนธรรมระหว่างกัน เช่น ร่วมรับประทานอาหาร พูดคุยสนทนากัน เป็นต้น

3. รณรงค์ให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการท่องเที่ยวชนเผ่า ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบแลกเปลี่ยนและศึกษาวัฒนธรรมระหว่างคนต่างเชื้อชาติ มิใช่มองว่าชนเผ่าแปลก จะส่งผลต่อลูกหลานของชนเผ่าให้เกิดความภูมิใจในความเป็นชนเผ่าและการอนุรักษ์วิถีชีวิตความเป็นชนเผ่าสืบต่อๆไปได้อย่างยั่งยืน

อำเภอแม่ลาว

การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้นำหมู่บ้าน ชนเผ่าบีซูและชนเผ่าลีซอ บ้านห้วยส้านพลับพลา อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงราย พบว่าชนเผ่าบีซูและชนเผ่าลีที่บ้านห้วยส้านพลับพลา ยังคงแต่งกาย และรักษาวัฒนธรรมชนเผ่าของตนเองได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะคนชราที่ยังคงสวมใส่ชุดและมีการละเล่นชนเผ่าตลอดเวลา แต่การประกอบพิธีกรรมแบบดั้งเดิมอาจขาดหายไปบ้าง ทั้งนี้เนื่องจากศาสนาที่มีการเปลี่ยนไปจากเดิมชนเผ่าบีซูและชนเผ่าลีนับถือผีบรรพบุรุษ ปัจจุบันนี้ส่วนใหญ่เปลี่ยนมานับถือศาสนาคริสต์ ประเพณีต่างๆ จึงเปลี่ยนไปตามหลักคำสอนของศาสนา อย่างไรก็ตามสมาชิกหมู่บ้านส่วนใหญ่ต่างกล่าวว่า อยากให้พื้นที่บริเวณหมู่บ้านของตนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวบ้าง เนื่องจากได้รับข้อมูลจากเพื่อน ชนเผ่าอื่นที่มีการท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มมากขึ้น เพราะพืชผลที่เพาะปลูกราคาลดลง บางปีก็ขาดทุน อยากมีรายได้เสริม

ผลการศึกษาขั้นตอนที่ 6 สุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวชนเผ่า โดยการแจกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย ร้อยละ 51.0 และนักท่องเที่ยวเพศหญิง ร้อยละ 49.0 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ร้อยละ 42.75 รองลงมามีอายุต่ำกว่า 30-39 ปี ร้อยละ 24.25 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป น้อยที่สุด ร้อยละ 1.25 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาจากภาคเหนือ ร้อยละ 67.5 รองลงมาคือ ภาคกลาง ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 19.5 7.75 และ 5.25 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ

27.250 รองลงมา อาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน ร้อยละ 25.25 และมีอาชีพอื่นๆ อีกร้อยละ 0.75

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง ร้อยละ 51.75 และนักท่องเที่ยวเพศชาย ร้อยละ 48.25 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-29 ปี ร้อยละ 41.25 รองลงมามีอายุต่ำกว่า 30-39 ปี ร้อยละ 24.0 ส่วนระดับอายุของนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ อายุ 60 ปีขึ้นไป ร้อยละ 2.75 ส่วนใหญ่มาจากประเทศประเทศอังกฤษ ร้อยละ 20.0 รองลงมาคือประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเยอรมันนี ร้อยละ 14.25 และ 8.25 ตามลำดับ นอกจากนั้นก็เป็นประเทศอื่นๆ เช่น ประเทศจีน แคนนาดา บราซิล ญี่ปุ่น เกาหลี ส่วนใหญ่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน ร้อยละ 28.0 รองลงมา มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 24.75 ส่วนอาชีพที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ อาชีพเกษตรกร ร้อยละ 1.25

แหล่งท่องเที่ยวชนเผ่าที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการไปเที่ยวมากที่สุด และ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเคยมาเที่ยวแล้ว จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้งหมด 400 คน พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 34.7 ต้องการไปเที่ยวที่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร ร้อยละ 14.1 ต้องการไปเที่ยว ห้วยหมากเลี่ยม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวชนเผ่าที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการไปเที่ยวน้อยที่สุดคือ บ้านอาแป ร้อยละ 2.9 มีจำนวนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 31.0 เคยเดินทางมาเที่ยวกะเหรี่ยงรวมมิตรมาแล้ว อีกร้อยละ 17.5 เคยเดินทางมาเที่ยวห้วยหมากเลี่ยม มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 2.7 ที่เคยเดินทางไปเที่ยวบ้านอาแป

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ต้องการไปเที่ยวที่กะเหรี่ยงรวมมิตร ร้อยละ 38.7 รองลงมาคือ บ้านอาแป ร้อยละ 15.0 ส่วนแหล่งท่องเที่ยวชนเผ่าที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องการไปเที่ยวน้อยที่สุด คือ บ้านห้วยส้าน พลับพลา ร้อยละ 2.1 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวครั้งนี้ส่วนใหญ่ไปเที่ยวกะเหรี่ยงรวมมิตรมาแล้ว ร้อยละ 41.4 รองลงมาคือ ห้วยหมากเลี่ยม ร้อยละ 13.5 สถานที่ท่องเที่ยวชนเผ่าที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางไปเที่ยวมาแล้วน้อยที่สุด คือ บ้านห้วยส้านพลับพลา ร้อยละ 1.5

ผลของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวชนเผ่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประเด็นที่มีคะแนนเฉลี่ยมาก คือ ความชื่นชอบอัธยาศัยไมตรีที่ดีงามของชนเผ่า ($\overline{X}$ = 4.15)

ผลการวิจัยตามขั้นตอนที่ 4, 5 และ 7 พบว่า

ผลการศึกษา ผลกระทบทางการท่องเที่ยวที่มีต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชนเผ่า จังหวัดเชียงรายกรณีศึกษา เปรียบเทียบจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง วิเคราะห์จากคำถามการวิจัย พบว่า

คำถามข้อที่ 1. การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อวิถีการดำเนินชีวิตของชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายหรือไม่ อย่างไร

ผลกระทบทางสังคม

ผลดี การจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและของที่ระลึกและการเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวได้ชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ทำให้ชนเผ่ามีรายได้เพิ่มมากขึ้น แต่บางคนมีค่านิยมไปทำงานในเมืองหรือต่างประเทศ เช่น ไต้หวัน เนื่องจากมีความสามารถพิเศษในการใช้ภาษาจีนฮ่อในการสื่อสาร ทำให้มีรายได้ส่งกลับมาบ้านเพื่อสร้างบ้านใหม่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในชีวิตประจำวันมากขึ้น

ผลเสีย การประกอบอาชีพส่วนใหญ่ยังคงปลูกพืชเกษตรกรรม เลี้ยงหมู เลี้ยงไก่ แต่การมี

นักท่องเที่ยวเข้ามาทำให้ต้องกักขังสัตว์เหล่านั้น เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในการเที่ยวชม จึงทำให้ชนเผ่าบางส่วนเดือดร้อน เพราะขัดต่อชีวิตความเป็นอยู่ บางคนเปลี่ยนอาชีพหรือวิถีชีวิตการเกษตรมาขายของที่ระลึกให้นักท่องเที่ยวจึงทำให้การประกอบอาชีพเกษตรกรรมลดลง เกิดนิสัยเกียจคร้านในการทำงานทางการเกษตรมากขึ้น การกระทำที่ไม่เหมาะสมต่อชนเผ่า ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกทางจิตใจของชนเผ่าได้ เช่น เกิดความรู้สึกต่ำต้อย เกิดความไม่เท่าเทียมกันทางสังคม ยังคงมีอาหารและการบริโภคในรูปแบบเดิมแต่มีอาหารสำเร็จรูปเข้ามาบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายในการดำรงชีวิตสูงขึ้น ชนเผ่ามีความเป็นวัตถุนิยมมากขึ้น และนักท่องเที่ยวหรือไกด์บางส่วนที่มีการนำสารเสพติดขึ้นไปเสพก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมในหมู่บ้านและเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายอีกด้วย

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

ผลดี การที่ชนเผ่ามีรายได้จากนักท่องเที่ยว เช่น การขายของที่ระลึก ก่อให้เกิดการสานต่อในงานฝีมือ จากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง การทำธุรกิจโฮมสเตย์ ช่วยให้วิถีการดำรงชีวิตของชนเผ่าคงอยู่เพราะต้องการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของชนเผ่าจริงๆ

ผลกระทบทางวัฒนธรรม

ผลดี การแสดงให้นักท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนเผ่า ที่ปฏิบัติในชีวิตประจำวัน เป็นการอนุรักษ์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนเผ่าและการท่องเที่ยวส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนและศึกษาวัฒนธรรมระหว่าง คนต่างเชื้อชาติ เช่น ธุรกิจโฮมสเตย์

ผลเสีย การท่องเที่ยวส่งผลให้เกิดความขัดแย้งเกิดการแข่งขันกันในชนเผ่าด้วยซึ่งขัดต่อคำสอนที่ให้สามัคคีกันในชนเผ่า วิถีการดำเนินชีวิตของชนเผ่า เช่น การนับถือผีบรรพบุรุษเปลี่ยนเป็นการนับถือศาสนาคริสต์ ส่งผลให้พิธีกรรมบางอย่างสูญหาย ความเชื่อในสิ่งต่างๆ ก็เปลี่ยนไป ซึ่งการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ไว้นั้น ผู้นำทางประเพณีมีบทบาทสำคัญ ส่วนการจะให้แต่งกายชุดชนเผ่าตลอดเวลา ก็เปลี่ยนไปเพราะการแต่งกายแบบชุดปัจจุบันสวมใส่สบายกว่า ดังนั้นชนเผ่าจึงใส่ชุดชนเผ่าเฉพาะงานพิธีกรรมสำคัญเท่านั้น ทางด้านภาษาชนเผ่าใช้ภาษาชนเผ่าเพื่อการสื่อสารกันเฉพาะกลุ่มแต่ต้องใช้ภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศบางภาษาเพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว บทบาทของภาษาชนเผ่าจึงอาจลดลง

ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

ผลดี การท่องเที่ยว เช่น ทัวร์ช้าง นักท่องเที่ยวสามารถนั่งช้างเที่ยวป่า จึงมีการอนุรักษ์ป่าไม้ และต้นน้ำเพื่อคงสภาพแวดล้อมให้คงอยู่

ผลเสีย การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปชมก่อให้เกิดปัญหาขยะและความสะอาด

คำถามที่ 2 วิถีชีวิตชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายและมนฑลยูนนานแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร

ทางด้านสังคม

จังหวัดเชียงรายชนเผ่าได้นำเสนอการดำรงชีวิตในรูปของ **“พิพิธภัณฑ์ชีวิต”** โดยให้นักท่องเที่ยว ได้เข้าชมวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ที่ดำเนินในชีวิตประจำวัน เช่น การแสดง เต้นรำ ตีเหล็ก จักสาน ปักผ้า ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้เห็นสภาพของวิถีชีวิตชนเผ่าอย่างแท้จริง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความซาบซึ้งใจ ประทับใจ

ส่วนการดำเนินชีวิตของชนเผ่าในมณฑลยูนนานมีการจัดแสดงขึ้น ในศูนย์วัฒนธรรม ทำให้คุณค่าของสิ่งที่แสดงให้นักท่องเที่ยวเข้าชม ลดลง หากเปรียบเทียบกับการนำเสนอในรูปแบบ **“พิพิธภัณฑ์ชีวิต”** ของจังหวัดเชียงราย ซึ่งทำให้เห็นสภาพของสังคม ชีวิตความเป็นอยู่จริง

ด้านเศรษฐกิจ

ทั้งจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนานได้จัดทำของที่ระลึกจากงานฝีมือของคนในชนเผ่าเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าการจำหน่ายของที่ระลึกจากงานฝีมือ ของชนเผ่าเป็นแหล่งเสริมรายได้ โดยตรงจากการท่องเที่ยว และการให้บริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว (Home stay) ก็เป็นส่วนที่ทำให้เกิดรายได้กับชนเผ่ามาก ซึ่งชนเผ่าทั้งในจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนานต่างประกอบธุรกิจคล้ายคลึงกัน แต่การประกอบธุรกิจลักษณะนี้อาจส่งผลดี หรือเสีย ให้กับวัฒนธรรมของชนเผ่าได้เหมือนกัน

ด้านวัฒนธรรม

การมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้าน ทั้งการเยี่ยมชมและการพักแบบ Home stay หากมองผลกระทบทางด้านดี ทั้งจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนาน คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ ชนเผ่ามีโอกาสได้แสดงศิลปวัฒนธรรมของตนเอง เพื่อถ่ายทอดแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมสร้างปฏิสัมพันธ์กันระหว่างชนเผ่ากับนักท่องเที่ยว ทำให้มีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง สามารถถ่ายทอดและเผยแพร่วัฒนธรรมของตนเองให้กับผู้อื่นได้ แต่ในขณะเดียวกันผลกระทบทางด้านลบ ก็อาจเกิดขึ้น เช่น ชนเผ่ามีพฤติกรรมการแต่งกายเลียนแบบวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวโดย การแต่งกายประจำเผ่าของตนอาจถูกละเลยไป

ด้านสิ่งแวดล้อม

นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ มักเข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สมบูรณ์ เช่น ภูเขา น้ำตก ซึ่งอาจทำให้สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของสถานที่เหล่านั้นเสื่อมโทรมลง ยากต่อการแก้ปัญหา โดยทั้งจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนาน ต่างประสบปัญหา คล้ายกัน

คำถามที่ 3. มีแนวทางที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวชนเผ่าให้ เกิดความยั่งยืนอย่างไร

1. ควรมีการจัดกลุ่มหมู่บ้านเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายเดียวกัน เพื่อป้องกันการแข่งขัน แย่งชิงนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความแตกแยก ไม่มีความสามัคคี ระหว่างหมู่บ้านหรือระหว่างชนเผ่า

2. การท่องเที่ยวชนเผ่าควรต้องมีปฏิสัมพันธ์กัน ไม่ใช่เหมือนกับการเข้าชมสวนสัตว์ การมีปฏิสัมพันธ์กันจะทำให้รู้ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน

3. ควรจัดการการท่องเที่ยวชนเผ่าให้ดีขึ้น ส่งเสริมให้มีการรักษาวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมของชนเผ่า เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เห็นคุณค่า เนื่องจากประเพณีและวัฒนธรรมชนเผ่าในแต่ละชนเผ่าจะมีความหมายและแฝงด้วยปรัชญา ความคิดเอกลักษณ์ของชนเผ่า

4. การท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การกระทำบางอย่างของนักท่องเที่ยวอาจทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาขยะและความสะอาด ต้องรณรงค์ให้ทั้งชนเผ่า นักท่องเที่ยวและผู้เกี่ยวข้องทุกคนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวแล้ว ช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อให้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สะอาดน่าเที่ยวต่อไป

5. ควรปลุกจิตสำนึกและจัดฝึกอบรมให้ไกด์รู้บทบาทหน้าที่ของตนเอง ไม่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว เพื่อให้นักท่องเที่ยวกระจายรายได้ไปสู่หลายๆ ชนเผ่า หลายๆ หมู่บ้าน

6. องค์กร หน่วยงานของรัฐและเอกชนต้องให้ความสนใจต่อความสำคัญของการท่องเที่ยวชนเผ่าให้มากขึ้น อาจปรับปรุงหรือใช้กลไกของการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมวิถีชีวิตชนเผ่าให้ดีขึ้น

7. ผู้นำพาเที่ยว หรือไกด์ ที่พานักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมวิถีชีวิตชนเผ่าควรเป็นคนชนเผ่าเอง หรือต้องมีความรู้เกี่ยวกับชนเผ่ามากเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับชนเผ่าที่ถูกต้องกับนักท่องเที่ยวได้

8. ผู้บริหารของสถานศึกษาที่มีชนเผ่าควรให้ความสำคัญ ส่งเสริมการอนุรักษ์ ภาษา ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและการละเล่นต่างๆ ของชนเผ่า

คำถามที่ 4.นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชนเผ่า

นักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าแหล่งท่องเที่ยวชนเผ่า จังหวัดเชียงรายมีการอนุรักษ์ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมชนเผ่าไว้เป็นอย่างดี

2. นักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบศิลปวัฒนธรรมชนเผ่า

คำถามที่ 5 แนวทางและผลจากการแก้ไขผลกระทบของชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง แนวทางอะไร มีวิธีการแก้ไขต่างกันหรือไม่ อย่างไร

พื้นฐานดั้งเดิมด้านสังคมของชนเผ่าประกอบอาชีพเกษตรกรรม แต่เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้านทำให้ชนเผ่ามีการเปลี่ยนแปลงมาทำอาชีพด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีรายได้ที่ดีกว่า ทั้งจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนาน มีสภาพการเปลี่ยนแปลงอาชีพคล้ายกัน อาจเป็นผลมาจาก ชนเผ่ามีความเป็นวัตถุนิยมมากขึ้น โดยรัฐบาลของมณฑลยูนนานมีบทบาทสำคัญ มีนโยบายรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ ดังนั้นจังหวัดเชียงราย ก็อาจแก้ปัญหา ในรูปแบบเดียวกันได้ปัญหาสังคมที่สำคัญ คือ ปัญหายาเสพติด โสเภณีและการต้มตุ๋นนักท่องเที่ยว ส่งผลให้หน่วยงานองค์กรต่างๆ ในจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนานต่างเร่งระดมแก้ปัญหา อย่างเร่งด่วน

ด้านเศรษฐกิจ รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่มีมูลค่าสูง แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นทั้งจังหวัดเชียงราย และมณฑลยูนนานก็คล้ายคลึงกัน เช่น การขัดแย้งผลประโยชน์ระหว่างชนเผ่าและผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวดังนั้น ภาครัฐ ภาคเอกชนและองค์กรต่างๆ ควรมีบทบาทสำคัญในการแก้ไขปัญหา บริหารจัดการการท่องเที่ยว ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ด้านวัฒนธรรม จากผลกระทบทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ ได้ส่งผลกระทบทางด้านวัฒนธรรม โดยชนเผ่าลดความสำคัญทางศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมลง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ชนเผ่ามีคุณธรรม และ

จริยธรรมน้อยลงการแก้ปัญหาดังกล่าวอาจทำได้โดยการปลูกจิตสำนึกให้กับคนรุ่นใหม่ให้เห็นคุณค่าและความสำคัญ ของวัฒนธรรมชนเผ่า อาจถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่ดีงาม และรักษาไว้ต่อไป

ด้านสิ่งแวดล้อมในจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนาน มีสภาพปัญหาการทำลายธรรมชาติที่สมบูรณ์ จากการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน แนวทางการแก้ปัญหา ต้องปลูกจิตสำนึกให้นักท่องเที่ยว เห็นคุณค่าของธรรมชาติ มีกฎหมายที่มีบทลงโทษที่ชัดเจน บังคับใช้ และส่งเสริมให้ชนเผ่า รักษาสภาพแวดล้อมมากยิ่งขึ้น

คำถามที่ 6 แนวทางการสร้างความร่วมมือ เพื่อป้องกันและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบจากการท่องเที่ยวชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายกับนครคุนหมิง มีแนวทางอย่างไร

การสร้างความร่วมมือเพื่อป้องกันและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากผลกระทบทางการท่องเที่ยวชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายใช้กลไกของผู้นำชุมชนและการสร้างเครือข่าย เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน สร้างจิตสำนึก ภูมิปัญญาของชนเผ่าและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมให้กับคนรุ่นใหม่ เพื่อดำรงรักษาไว้ตลอดไป ส่วนมณฑลยูนนาน ใช้กลไกของภาครัฐโดยมีการออกกฎเกณฑ์ต่างๆในการปกป้องรักษาวัฒนธรรมของตนเองไว้ ดังนั้นหากทั้งจังหวัดเชียงรายและ

มณฑลยูนนาน นำวิธีการและกลไกที่แตกต่างกันมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน อาจส่งผลดียิ่งขึ้นในการป้องกันแก้ไขปัญหาดังกล่าว

การทำให้เกิดความยั่งยืน จังหวัดเชียงราย ใช้วิธีการให้ความรู้ โดยสถานศึกษาของภาครัฐมีบทบาท

สำคัญ สนับสนุนงบประมาณและจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาผลกระทบทางการท่องเที่ยว และส่งเสริมกิจกรรมที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยว ส่วนมณฑลยูนนานใช้องค์กรเอกชน สนับสนุนงบประมาณและดำเนินกิจกรรม ทั้งการปลูกจิตสำนึกให้ชนเผ่าอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมและซ่อมแซมบูรณะแหล่งท่องเที่ยวและซ่อมแซมบูรณะ แหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น หากทั้งจังหวัดเชียงรายและมณฑลยูนนาน ได้ร่วมเรียนรู้และนำวิธีการมาปรับใช้อาจทำให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยดังกล่าว มีประเด็นที่สำคัญในการอภิปรายผล คือ ผลกระทบทางการท่องเที่ยวต่อวิถีการดำเนินชีวิตชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย แนวทางการส่งเสริมและการแก้ไข

ด้านสังคม

การท่องเที่ยวชนเผ่าในจังหวัดเชียงราย มีแนวโน้มที่จะขยายเพิ่มจำนวนพื้นที่มากขึ้นและได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้หมู่บ้านชนเผ่าหลายแห่งจัดเป็นหนึ่งตำบลหนึ่งหมู่บ้านชนเผ่า โดยส่วนใหญ่จัดเป็นหมู่บ้านอนุรักษ์วิถีชีวิตชนเผ่า ให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชม และบางหมู่บ้านจัดในรูปแบบของ Home stay ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของชนเผ่าอย่างแท้จริง ทำให้เกิดความสามัคคีในหมู่คณะ มีการจัดกลุ่มของหมู่บ้านชนเผ่าขึ้น เพื่อจัดทำของที่ระลึก เสื้อผ้าชนเผ่า ของป่า ขายให้กับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ซึ่งกันและกัน

แนวทางการแก้ไข

1. อาจมีการจัดกลุ่มหมู่บ้านที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว เป็นเครือข่ายเดียวกัน เพื่อป้องกันการแข่งขัน แย่งชิงนักท่องเที่ยว จะทำให้เกิดความแตกแยก ไม่มีความสามัคคี ระหว่างหมู่บ้านหรือระหว่างชนเผ่า

2. การท่องเที่ยวชนเผ่าต้องมีปฏิสัมพันธ์กัน การมีปฏิสัมพันธ์กันทำให้รู้ถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้มีกำลังใจในการดำรงชีวิตอยู่ ไม่ได้อยู่โดดเดี่ยวเฉพาะกลุ่มชนเผ่า

ด้านวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวชนเผ่า มีการจัดระบบดีขึ้น มีการรวมกลุ่มชนเผ่าและมีการรักษาวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมของชนเผ่า โดยเฉพาะหมู่บ้านที่มีการท่องเที่ยวต้องรักษาความเป็นวิถีชีวิตของชนเผ่าอย่างแท้จริง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เห็นคุณค่า เช่น การแต่งกายของชนเผ่าในแต่ละชนเผ่าจะมีความหมาย หรือพิธีกรรมต่างๆ ของชนเผ่า จะแฝงด้วยปรัชญา ความคิด เอกลักษณ์ของชนเผ่า เช่น พิธีกินข้าวใหม่ พิธีบวชต้นไม้ เพื่อรักษาป่า ดูแลต้นน้ำและสิ่งแวดล้อม ในบางครั้งการประกอบพิธีกรรม หรือการนับถือศาสนาจะเปลี่ยนไปบ้าง แต่ในการดำรงชีวิตของชนเผ่าก็ยังต้องมีอยู่ไม่เปลี่ยนไปทั้งหมด เช่นการรักษาป่า การแต่งกาย การกิน บ้านเรือน

ด้านเศรษฐกิจ

ผลตอบแทนจากการท่องเที่ยวทางด้านเศรษฐกิจดีมาก ทำให้ชนเผ่ามีรายได้เพิ่มขึ้น บางหมู่บ้านมีการรวมกลุ่มกันผลิตของที่ระลึก เช่น หมวก เสื้อ กระเป๋า ชุดชนเผ่า ของใช้ภายในบ้าน เพื่อเป็นของที่ระลึก หรือผลิตภัณฑ์

ของชนเผ่า ขายให้แก่นักท่องเที่ยว แต่ก็มีปัญหาในการซื้อขายของที่ระลึกอยู่บ้าง เช่น ไกด์รับค่านายหน้าขายสินค้าจากหมู่บ้านหนึ่ง แล้วพานักท่องเที่ยวไปซื้อหมู่บ้านนั้น ทำให้หมู่บ้านอื่นขาดรายได้ไป

แนวทางการแก้ไข

1. ควรมีการจัดฝึกอบรมหรือปลูกจิตสำนึกให้ไกด์รู้บทบาทหน้าที่ของตนเองไม่ใช่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว โดยให้นักท่องเที่ยวกระจายรายได้ไปสู่หลายๆ หมู่บ้าน

2. รัฐบาลควรให้ความสนใจ ความสำคัญของการท่องเที่ยวชนเผ่าให้มากขึ้น หากไม่ได้รับความสนใจ วิถีชีวิตชุมชนของชนเผ่าก็จะหายไป โดยใช้กลไกของการท่องเที่ยวส่งเสริมวิถีชีวิตชนเผ่าให้ดีขึ้น

ด้านสิ่งแวดล้อม

เมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามาในหมู่บ้านของชนเผ่ามากๆ และการกระทำบางอย่างของนักท่องเที่ยวอาจทำลายสิ่งแวดล้อมโดยไม่ตั้งใจ เช่น การทิ้งขยะ และเมื่อชนเผ่าเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวแล้ว ต้องช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อม ช่วยกันรักษาสิ่งแวดล้อมภายในหมู่บ้านของตนเอง

แนวทางที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวชนเผ่าในจังหวัดเชียงรายให้เกิดความยั่งยืน จากความคิดเห็นของชนเผ่าและนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวชนเผ่าของจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยได้อ่านและสรุปเป็นประเด็นได้ 5 ประเด็น คือ

ประเด็นแรก การจัดการท่องเที่ยวชนเผ่าในรูปแบบของ **"พิพิธภัณฑ์ชีวิต"** บ้านหล่อชาได้รับการส่งเสริมจาก สมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน หรือ PDA ให้หมู่บ้านหล่อชาเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งทาง PDA ช่วยเหลือในการจัดการรายได้ให้คนในหมู่บ้าน สถานที่ขายของที่ระลึก ให้คำปรึกษา เป็นหมู่บ้านตัวอย่างในการอนุรักษ์วิถีชีวิตชนเผ่า นักท่องเที่ยวชื่นชอบในการอนุรักษ์วิถีชนเผ่าไว้ ดังนั้นหน่วยงานต่างๆ ควรเข้าไปมีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวชนเผ่าที่ดี เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวชนเผ่าให้ยั่งยืนต่อไป

ประเด็นที่สอง การเปลี่ยนแปลงของวิถีชนเผ่าส่วนใหญ่ ได้รับอิทธิพลมาจากสื่อ และการนับถือศาสนา ซึ่งอาจทำให้ ประเพณีหรือพิธีกรรมต่างๆ หายไปมาก การนำเสนอสิ่งแปลกใหม่ของสื่อ ทำให้เกิดการเลียนแบบได้ ดังนั้น การรณรงค์ให้ชนเผ่ารักและเห็นคุณค่าของวัฒนธรรมตนเอง และให้ชนเผ่าเข้าใจและเห็นประโยชน์ของการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ชนเผ่าได้รู้จักการเปลี่ยนแปลงและอนุรักษ์วิถีชีวิตของตนเองไว้ได้อย่างลงตัว

ประเด็นที่สาม การท่องเที่ยวที่มีผลต่อชีวิตชนเผ่า มีการเลียนแบบจากนักท่องเที่ยว เช่น การแต่งกาย การบริโภคอาหาร แต่ยังมีประเพณีและวัฒนธรรมด้านอื่นๆ อีกมากที่ชนเผ่ายังสามารถเก็บรักษาไว้ได้ ดังนั้นสถานศึกษา หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง สามารถให้ความรู้ ส่งเสริมและช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตของชนเผ่า เพื่อให้ชนเผ่าได้รู้สึกภูมิใจ รัก และหวงแหนวัฒนธรรมของตนเอง ก็อาจเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวชนเผ่าให้ยั่งยืนได้

ประเด็นที่สี่ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชนเผ่าแก่นักท่องเที่ยว ต้องให้ข้อมูลที่ถูกต้อง โดยต้องคำนึงถึงความสำคัญของประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชนเผ่า เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจ และเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวชนเผ่า

ประเด็นที่ห้า เยาวชน คนรุ่นใหม่มีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีของชนเผ่า ดังนั้น สถานศึกษาควรจัด

กิจกรรมต่างๆ ที่เอื้อต่อการส่งเสริมและอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชนเผ่าหรือจัดหลักสูตรการเรียนการสอน ที่มีกิจกรรมเกี่ยวกับประเพณีและการละเล่นของชนเผ่า เพื่อการเรียนรู้ และสืบทอดทางวัฒนธรรมชนเผ่าให้กับคนรุ่นหลังต่อไป

บรรณานุกรม

ธวัชชัย รัตนช้อน. 2542. **การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบนพื้นที่สูง.** วิทยานิพนธ์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พจนารถ กรึงไกร. 2545. **การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม : กรณีศึกษา ตำบลโป่งงาม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย.** วิทยานิพนธ์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

มัลลิกา เกื้อปัญญา. 2542. **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง.** วิทยานิพนธ์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วรัญญา เทพวัลย์. 2545. **ปัจจัยสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทย ตัดสินใจเลือกมาดอยตุง จังหวัดเชียงราย.** วิทยานิพนธ์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วัฒนาพร สุฉายา. 2545. **แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาดอยตุง จังหวัดเชียงราย.** วิทยานิพนธ์. เชียงใหม่ :มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริพันธุ์ ไพโรจน์รัตน์. 2543. **ความพร้อมของผู้นำองค์การบริหารส่วนตำบลในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดเชียงราย.** วิทยานิพนธ์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุจิตราภา พันธ์วิไล. 2545. **รูปแบบการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม : กรณีศึกษา บ้านหล่อชา (อาข่า) ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.** วิทยานิพนธ์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เสาวนีย์ กันทะแสน. 2545. **ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดสภาพแวดล้อมและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาหมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.** วิทยานิพนธ์. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

กลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่

The Project of Pricing Strategy for Cultural Tourism in Phuket,Phang-Nga and Krabi

วิญญู วีรยางกูร เปรมินทร์ บัวบาน ณัฐวุฒิ บุญศรี
สัญญา ฉิมพิมล
มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Pramin Bouban, Vinyu Veerayangkur, Nuttawut Boonsri, Sanya Chimphimon
Phuket Rajabhat University

บทคัดย่อ

การศึกษากลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการกำหนดราคาที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อระดับราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและเพื่อสร้างภาคีความร่วมมือระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม กับหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน โดยมีสองกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างในฐานะเจ้าบ้าน คือ เจ้าของและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ โดยใช้วิธีค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิและวิจัยเชิงคุณภาพและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในฐานะแขกผู้มาเยือน คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ ในปี 2548 จำนวน 814 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาพัฒนาขึ้น ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนาโดยใช้ค่าความถี่ร้อยละและค่าเฉลี่ย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย พบว่า การตั้งราคาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมมีเกณฑ์การตั้งราคาที่เน้นต้นทุนและกำไร แต่แตกต่างกันที่ลักษณะของเฉพาะของแต่ละผลิตภัณฑ์ จึงทำให้เกิดกลยุทธ์การตั้งราคาที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวชมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเหมือนกัน คือ ต้องการให้มีป้ายบอกราคาในการกำหนดรูปแบบราคา โดยปัจจัยในการเลือกพิจารณาระดับราคาส่วนใหญ่ คือ ความโดดเด่นน่าประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

Abstract

This study of the pricing strategy for cultural tourism in Phuket, Phang-Nga and Krabi had objectives to study suitable form of pricing for cultural tourism products firstly. The second objective is to study opinions and demands of tourists to price level of cultural tourism products.

The last objective will generate co-operation among owners of cultural tourism sites, government agency and organizations to promote tourism marketing for Andaman Triangle provinces. There are two groups of sample to study. The first one is owners of cultural tourism products that are studied by desk research and qualitative research methods. The second sampling group for the study is Thai tourists and foreign tourists who travel in Phuket, Krabi and Phang-Nga during the year 2005. Approximately 814 tourists give their opinions in questionnaires developed by researchers. The collected data is analyzed descriptively by frequency and mean by statistical computer program.

The findings of study show the form of pricing of cultural tourism products is based on cost and profit, but has different ways of presentation in pricing and its pricing strategy. However, Thai tourists and foreign tourists of cultural tourism think similarly and demand price tag in pricing. A factor for price consideration is an outstanding and impression in cultural tourism and various cultural tourism products.

บทนำ

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (2540-2544) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวของชาติ ให้การท่องเที่ยวไทยมีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากลในปีพ.ศ. 2555 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (2545-2549) ได้กำหนดให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่ยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546) ทำให้ทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวมุ่งเน้นที่การมีมาตรฐานสากลและมีความยั่งยืน ดังนั้น รัฐบาลได้กำหนดนโยบายให้จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่เป็นจังหวัดในเขตเศรษฐกิจสามเหลี่ยมอันดามัน ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันที่มีความคล้ายคลึงทางด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยในปี พ.ศ. 2547 กลุ่มจังหวัดดังกล่าวประสบภัยพิบัติสึนามิยังความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณชายฝั่งทะเลและหมู่เกาะเป็นอย่างมาก ส่งผลกระทบต่อการพึ่งพาและความยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลในการเป็นเสาหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาค จึงมีความจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการให้มีการพัฒนาในหลายๆ ด้าน ทำให้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการสร้างองค์ความรู้ แนวทางในการแก้ไขและพัฒนาที่เกิดจากการประยุกต์ใช้ผลวิจัยและทฤษฎีทางด้านการจัดการอย่างเหมาะสม ซึ่งแนวทางในการพัฒนาได้ถูกกำหนดไว้ในหลายๆ ด้านจากทั้งราชการส่วนกลาง และองค์กรท้องถิ่น

การพัฒนาในด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับเป็นหนึ่งในการพัฒนาจังหวัดในเขตเศรษฐกิจสามเหลี่ยมอันดามัน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีธรรมชาติและวัฒนธรรมที่น่าสนใจและมีความสวยงามที่เป็นเอกลักษณ์ซึ่งสั่งสมมาช้านาน แต่จำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลและอย่างยั่งยืน การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลป-วัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จึงเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามสร้างผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความหลากหลายให้กับพื้นที่ เนื่องจากทรัพยากรด้านวัฒนธรรมขาดการดูแลเอาใจใส่จากสังคมที่กำลังเจริญเติบโตในด้านอื่นๆ ทรัพยากรเหล่านี้กำลังสูญหายและถูกลืมเลือนจากชุมชน ปัจจุบันรัฐบาลท้องถิ่นและชุมชน ได้มีความพยายามในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างค่อยเป็นค่อยไป แต่ยังขาดความสามารถ

ทางด้านการจัดการและการตลาดให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ตลอดจนขาดเครือข่ายความร่วมมือทางด้านการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวประเภทนี้ ซึ่งโดยลักษณะพิเศษของการจัดการธุรกิจประเภทนี้ จำเป็นต้องมีการสร้างเครือข่ายและการประสานงานระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการองค์กรธุรกิจท่องเที่ยวอื่นๆ และภาครัฐ

ระเบียบวิธีวิจัยทั่วๆ ไปสามารถสร้างองค์ความรู้ แต่ไม่สามารถสร้างเครือข่ายและการประสานงานให้เกิดขึ้นจริง ทำให้มีความจำเป็นอย่างยิ่งยวดที่จะต้องประยุกต์ใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่สามารถสร้างเครือข่ายและการประสานงานไปพร้อมๆ กัน ซึ่งผลการวิจัยเกิดจากการปฏิบัติจากแนวทางการพัฒนาธุรกิจที่เกิดขึ้นจริง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจะสามารถช่วยให้สามารถพัฒนาผลงานวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือและมีความสมบูรณ์ ตลอดจนสามารถสร้างเครือข่ายขององค์กรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวข้องกับงานวิจัย ซึ่งช่วยพัฒนาองค์ความรู้จากผลงานวิจัยที่ผ่านมาให้สามารถเกิดผลเป็นรูปธรรมมากขึ้น อย่างไรก็ตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพก็จะถูกนำมาประยุกต์ใช้ในด้านต่างๆ เพื่อสนับสนุนการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้มุ่งประเด็นความสนใจในการพัฒนาองค์ความรู้และแนวทางในการพัฒนาด้านการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ คณะกรรมการพัฒนากรอบวิจัยจัดประชุมขึ้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตและได้กำหนดรายละเอียดต่างๆ ไว้ดังนี้

1. พิพิธภัณฑ์
2. วิถีชีวิตชุมชน
3. โบราณสถาน ศาสนสถานและประเพณี
4. วรรณกรรมและตำนาน
5. ของที่ระลึก
6. นวดสปา
7. กีฬาท้องถิ่น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อระดับราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่

3. เพื่อสร้างภาคีความร่วมมือระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่กับหน่วยงานที่มีความรู้และส่งเสริมการพัฒนาการตลาดของจังหวัดพื้นที่

วิธีการรวบรวมข้อมูล

1. ทำการศึกษาเอกสาร ค้นคว้าประกอบโครงงานวิจัย
2. ลงพื้นที่วิจัยได้แก่ จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ เพื่อศึกษาถึงสภาพปัจจุบันของการตั้งราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม
3. จัดประชุมสนทนากลุ่มกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
4. สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
   4.1. เกณฑ์การตั้งราคาที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมแต่ละประเภท ได้แก่ พิพิธภัณฑ์ วิถีชีวิตชุมชน โบราณสถานและประเพณี วรรณกรรมและตำนาน ของที่ระลึก นวดสปาและกีฬาท้องถิ่น
   4.2 ระดับราคาที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมแต่ละประเภท

5. การทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) ซึ่งเป็นลักษณะแบบเลือกตอบ จำนวน 50 ชุด

6. นำผลจากการทำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เกิดความสมบูรณ์

7. เก็บข้อมูลในพื้นที่วิจัย 3 จังหวัด (ภูเก็ต พังงา กระบี่)

8. นำข้อมูลที่ได้มาบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูล

9. นำข้อมูลที่สามารถวิเคราะห์ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลข้างต้นมาพัฒนาแบบ

คำถามสัมภาษณ์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศต่อการกำหนดกลยุทธ์การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์

10. นำข้อมูลความคิดเห็นจากแบบสอบถามการกำหนดกลยุทธ์การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์และผลการศึกษาที่รวบรวมมาก่อนหน้านี้เพื่อจัดประชุมแบบ Focus Group กับภาคีและสร้างข้อสรุปกลยุทธ์การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์เชิงศิลปวัฒนธรรม

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษา ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการกำหนดราคาที่เหมาะสมและการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อระดับราคาของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมทั้ง 7 รูปแบบ พบประเด็นที่น่าสนใจสมควรนำมาอภิปรายดังนี้

1. ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการตั้งราคา โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นและความต้องการในเรื่องของระดับราคาซึ่งมีองค์ประกอบหลักในการตัดสินใจเลือก คือ การมีป้ายบอกราคา ส่วนปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาระดับราคาระดับขึ้นอยู่กับความโดดเด่นน่าประทับใจในการมาเยี่ยมชมและค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์มีระดับราคาที่เต็มใจจะจ่ายมากที่สุดเมื่อเดินทางมาเที่ยวชมอยู่ที่ 100 บาท

ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและมีความต้องการที่จะจ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวตามความเป็นจริงโดยให้ป้ายบอกราคาเป็นตัวกำหนดและบ่งชี้ถึงราคาที่เป็นมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสายฝน ยวนแหล (2548 : พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา) ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาสินค้าราคาแพงและการฉ้อโกงในการซื้อสินค้าและบริการในแหล่งท่องเที่ยว

ในส่วนของระดับราคาที่จะจ่ายก็ขึ้นอยู่กับความโดดเด่นและคุณค่าที่จะได้รับจากการเที่ยวชมและศึกษาเรียนรู้เรื่องราวทางวัฒนธรรมที่แสดงอยู่ภายในพิพิธภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ดรุณี โคตะวีระ (2548 : พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่) การจัดการพิพิธภัณฑ์มีการดำเนินงานในรูปแบบของความเป็นปัจเจกและความพอใจส่วนตัว ไม่ได้ดำเนินการเพื่อมุ่งหวังกำไร แต่เป็นวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของการจัดตั้งก็เพื่อบริการทางด้านวัฒนธรรม

2. ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวสปามีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการตั้งราคาที่เหมือนกัน คือ การมีป้ายบอกราคา ส่วนปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาระดับราคาระดับขึ้นอยู่ ความโดดเด่นน่าประทับใจเป็นตัวเลือกหลักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนคุณภาพการบริการเป็นตัวเลือกหลักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและค่าใช้จ่ายในการเที่ยวสปามีระดับราคาที่เต็มใจจะจ่ายมากที่สุดเมื่อเดินทางมาสปาอยู่ที่ 500 บาท

ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะจ่ายเงินในการเข้าสปาตามความเป็นจริงโดยโดยมีป้ายบอกราคาเป็นตัวกำหนดและบ่งชี้ถึงราคาที่เป็นมาตรฐานและส่วนพิเศษที่ต้องจ่ายเพิ่มเติม ส่วนปัจจัยในการพิจารณาระดับราคาในการจ่ายก็ต้องสอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังในเรื่องของคุณภาพและความน่าประทับใจ สอดคล้องกับการศึกษาของ เกรียงสิทธิ์ เขื่อนแก้ว (2545 : บทคัดย่อเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด คือ มีสินค้าตรงตามความต้องการ

3. ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวชมโบราณสถานและประเพณี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการตั้งราคา คือ การบริจาคตามศรัทธา ส่วนปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาเลือกระดับราคา เรื่องของความโดดเด่นน่าประทับใจในสถาปัตยกรรมเป็นเหตุผลหลักในการเลือกของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเน้นความเป็นท้องถิ่นของโบราณสถานเป็นหลักและค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในการเที่ยวชมโบราณสถานและประเพณี ระดับราคาที่เต็มใจจะจ่ายมากที่สุดโดยการบริจาคเมื่อเดินทางมาเที่ยวชมอยู่ที่ 100 บาท

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะจ่ายตามความศรัทธาซึ่งราคาในการจ่ายขึ้นอยู่กับความคุ้มค่าในสิ่งที่จะได้รับจากการมาเที่ยวชม ซึ่งอาจจะเป็นในเรื่องราวในอดีตที่จะได้ศึกษา ความสมบูรณ์ของตัวโบราณสถานและความโดดเด่นของสถาปัตยกรรมที่จะได้ชม ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาในเรื่องของความโดดเด่นของสถาปัตยกรรมเพื่อสร้างความคุ้มค่าในการมาเยือน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนในเขตสามเหลี่ยมอันดามัน การวางแผนจัดการภูมิสถาปัตยกรรมทางการท่องเที่ยวโดยการอนุรักษ์ซ่อมแซมและบำรุงรักษาสถาปัตยกรรมที่เป็นจุดเด่น พร้อมทั้งสร้างเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

4. ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวแบบวรรณกรรมและตำนาน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการตั้งราคาที่ตรงกัน คือ การมีป้ายบอกราคา ในกรณีของปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาระดับราคาระดับ นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นและความต้องการที่ไม่แตกต่างกัน คือ ความโดดเด่นน่าประทับใจและระดับราคาที่เต็มใจจะจ่ายมากที่สุดเมื่อเดินทางมาเที่ยวชมอยู่ที่ 100 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 200 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้ อาจเป็นเพราะความโดดเด่นในการเข้าเยี่ยมชมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ เพราะถือได้ว่าเป็นสิ่งที่คุ้มค่าเงินที่จ่ายไป และการมีป้ายบอกราคาแสดงไว้ก็จะเป็นอีกปัจจัยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นใจในการจ่ายค่าเข้าชม เนื่องจากโอกาสในการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวก็จะลดลง

5. ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวชมของที่ระลึก มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการตั้งราคา คือ การมีป้ายบอกราคาเป็นประเด็นหลักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและราคาที่สามารถต่อรองได้เป็นประเด็นหลักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเรื่องของปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาระดับราคา โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นและความต้องการในเรื่องของระดับราคาซึ่งมีองค์ประกอบหลักในการตัดสินใจเลือกที่ต่างกัน คือ ความคุ้มค่าเป็น

เหตุผลในการเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และการสะท้อนความเป็นท้องถิ่นของสินค้า เป็นเหตุผลหลักของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนค่าใช้จ่ายในการเที่ยวชมของที่ระลึก ระดับราคาที่เต็มใจจะจ่ายมากที่สุดเมื่อเดินทางมาเที่ยวชมอยู่ที่ 200 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และ 500 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้น่าจะเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวต้องการสินค้าของที่ระลึกที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นที่คุ้มค่ากับการซื้อจากราคาที่ได้แสดงไว้อย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ วราภรณ์ ไชยงาม (2548 : อุตสาหกรรมของที่ระลึก) สินค้าของที่ระลึกเป็นสินค้าที่ขายความเป็นศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและยังมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ เนื่องจากเป็นการผลิตที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบ้านที่มีมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน

6. ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวชมกีฬาท้องถิ่น มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการตั้งราคา คือ การมีป้ายบอกราคา ในกรณีของปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาระดับราคาระดับคือ ความบันเทิงและค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในการเที่ยวชมกีฬาท้องถิ่น โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความคิดเห็นและความต้องการในเรื่องของระดับราคาที่ต่างกัน โดยระดับราคาที่เต็มใจจะจ่ายมากที่สุดเมื่อเดินทางมาเที่ยวชมอยู่ที่ 100 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และ 200 บาท สำหรับชาวต่างชาติ

ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ สืบเนื่องมาจากเหตุข้างต้นที่ได้กล่าวมาในเรื่องของรูปแบบการตั้งราคา เนื่องจากนักท่องเที่ยวยังไม่มั่นใจหากไม่มีการแสดงราคาที่ชัดเจน ในด้านของการพิจารณาระดับราคา ความบันเทิงในการเข้าชมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการเพราะนักท่องเที่ยวเองต้องการดูกิจกรรมทางด้านกีฬาที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นที่แตกต่างไปจากสิ่งที่ตนเองมีและต้องสอดแทรกความบันเทิงไว้ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สมหมาย ปิ่นพุธศิลป์ (2548 : การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต กระบี่ และพังงา) ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมักให้ความสนใจทรัพยากรทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม อาจเป็นเพราะสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒน-ธรรมที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวจึงแสวงหาสิ่งแปลกใหม่เพื่อเปิดโลกของการสัมผัสและเรียนรู้จาการเดินทางท่องเที่ยว

7. ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวชมวิถีชีวิตชุมชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการตั้งราคา คือ รวมอยู่ในแพ็คเก็จของทัวร์ ส่วนปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณาระดับราคาระดับมีความคิดเห็นตรงกัน คือ ความเป็นท้องถิ่นและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ระดับราคาที่เต็มใจจะจ่ายมากที่สุดเมื่อเดินทางมาเที่ยวชมอยู่ที่ 100 บาท สำหรับชาวไทย และ 1000 บาท สำหรับชาวต่างชาติ

ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะว่า นักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะจ่ายค่าเข้าชมโดยรวมอยู่ในแพ็คเก็จของทัวร์และความต้องการในการเข้าชม คือ ต้องการเที่ยวชมความเป็นท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งได้สอดคล้องกับการศึกษาของ มัณฑนา นวลเจริญและคณะ (2548 : การศึกษาศักยภาพชุมชนในฐานะเป็นผลิตภัณฑ์ทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต กระบี่และพังงา) พบว่านักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวในชุมชน มีเหตุผลที่ต้องการตามลำดับ คือ การมีกิจกรรมที่หลากหลาย การได้สัมผัสกับความเป็นคนในท้องถิ่น ได้เรียนรู้วิถีชีวิต การชมขนบธรรมเนียมประเพณี และพบปะคนในชุมชนที่แท้จริง

ส่วนที่ 2 ภาคีความร่วมมือระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

จังหวัดภูเก็ต

การตั้งราคามีความสัมพันธ์กับคุณภาพและมาตรฐานการบริการที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ถ้าผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการ สถานประกอบการ องค์กร ไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมหรือปรับปรุงให้มีคุณลักษณะตรงตาม ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมหลายผลิตภัณฑ์ไม่มีสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่เพียงพอ และบางสถานที่ขาดมาตรฐาน มีภาพลักษณ์ไม่ตรงกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว การทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหรือการตั้งราคาในลักษณะใดก็ตาม จะไม่สามารถทำได้โดยที่นักท่องเที่ยวยังรู้สึกพอใจ ยิ่งการตั้งราคาที่มีปัจจัยสอดคล้องกับระบบการจ่ายค่าคอมมิสชั่น หลักในการตั้งราคาและผลกระทบจะเกี่ยวข้องกับภาคีด้านธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ การนำเที่ยวและการขนส่ง โดยผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมมักขาดความรู้ความเข้าใจในระบบผลประโยชน์ทำให้เกิดความขัดแย้ง ดังนั้นจึงจำเป็นที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องให้ความสำคัญต่อการสร้างคุณภาพมาตรฐานราคาของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมมากขึ้น

จังหวัดพังงา

การท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกันในเรื่องของระดับการตั้งราคา เพื่อสร้างจุดแข็งในการขาย โดยที่ไม่มุ่งเน้นกำไรมากเกินไป เหตุผลที่ผู้ที่เกี่ยวข้องเหล่านี้ไม่ต้องการแสวงหากำไรมากเพราะมีวัตถุประสงค์ที่จะอนุรักษ์และเผยแพร่ขนบธรรมเนียมมากกว่าที่จะเน้นในเรื่องของผลกำไร ในส่วนของการตั้งราคา ค่าคอมมิชชั่นจะเป็นตัวที่ทำให้ชุมชนเสียภาพลักษณ์ ซึ่งชุมชนถือว่าการท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริม โดยในความเป็นจริงผู้ประกอบการและภาครัฐควรจะศึกษาความต้องการของกลุ่มตลาดที่เป็นเป้าหมายและพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาให้โดดเด่น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งชุมชนควรมีจุดยืนที่ชัดเจนในการบริหารตัวเอง รวมทั้งการกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้าและการจัดการภายในชุมชน

จังหวัดกระบี่

ทุกฝ่ายควรมีความเข้าใจตรงกันในระดับการตั้งราคา เพื่อสร้างจุดแข็งในการขาย ไม่ว่าที่ไหนในจังหวัดกระบี่ก็สามารถซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวได้ในราคาเดียวกัน ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกัน เพื่อลดความแตกต่างด้านราคา ความพึงพอใจและค่าคอมมิสชั่น ซึ่งบางครั้งเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ควรมีการกำหนดระดับค่าคอมมิสชั่น ที่เป็นมาตรฐานในแต่ละผลิตภัณฑ์และศึกษาความต้องการของกลุ่มตลาดที่เป็นเป้าหมายและผลิตภัณฑ์ที่ตัวเองมีอยู่ให้สอดคล้องกัน ผลิตภัณฑ์บางประเภทสามารถประยุกต์ปรับเปลี่ยนให้มีความทันสมัยตามรูปแบบที่กำลังเป็นที่ต้องการได้บ้าง โดยสามารถลดเวลาและต้นทุนผันแปรบางตัวได้ แต่ก็ต้องคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ ชุมชนควรมีจุดยืนที่ชัดเจนในการบริหารตัวเอง รวมทั้งการกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้าและการจัดการภายในชุมชน โดยศึกษาจากชุมชนตัวอย่าง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไป

ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นพื้นฐานเบื้องต้นในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการตั้งราคาของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

การมีส่วนร่วมและความร่วมมือของภาคีทางการท่องเที่ยว รวมทั้งยังเป็นผลทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ที่เกี่ยวกับราคาที่เหมาะสมต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในฐานะผู้มาเยือนและเจ้าบ้าน ในการวิจัยครั้งต่อไปผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการศึกษาวิจัยตามรูปแบบและแนวทางดังต่อไปนี้

ควรมีการศึกษารายละเอียดเชิงลึกในแต่ละด้าน เพื่อให้ทราบความต้องการและความเหมาะสมที่แท้จริง เนื่องจากความหลากหลายของกลุ่มนักท่องเที่ยวและประเภทผลิตภัณฑ์

ควรศึกษารูปแบบการตั้งราคาที่เป็นมาตรฐานในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยวิธีการสำรวจที่เจาะจงสถานที่ประกอบการจริงของแต่ละผลิตภัณฑ์ที่มีนักท่องเที่ยวอยู่

ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความคิดเห็นของภาคีที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ทั้ง เจ้าของพื้นที่ ผู้ประกอบการและองค์กรที่เกี่ยว เพื่อศึกษาความต้องการและหาจุดลงตัวในการจัดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). **การต้อนรับและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี.** กรุงเทพมหานคร มทพ.

เกรียงสิทธิ์ เขื่อนแก้ว. (2545). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ดรุณี โคตะวีระ. (2548). **พิพิธภัณฑ์ในจังหวัดเชียงใหม่.** สถาบันวิจัยสังคม: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. (2547). **การตลาดสำหรับการบริการ: แนวคิดและกลยุทธ์.** กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2546). **การจัดการการตลาด.** กรุงเทพมหานคร เพียร์สัน เอ็ดอินโดไชน่า 866 หน้า.

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). **การบริหารการตลาด.** กรุงเทพมหานคร เอ็กซเปอร์เน็ท พิมพ์ครั้งที่ 3 184 หน้า.

มัณฑนา นวลเจริญ และคณะ. (2548) **การศึกษาศักยภาพชุมชนในฐานะเป็นผลิตภัณฑ์ทางด้านการท่องเที่ยว**

วินิจ วีรยางกูร. (2532). **การจัดการอุสาหกรรมท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิคม จารุมณี. (2544). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** พิมพ์ครั้งที่ 2 : โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

ณัฐวุฒิ บุญศรี. (2549). **การจัดการเชิงกลยุทธ์** : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** กรุงเทพ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.

ประภาพร ภูมิธรรมรัตน์. (2548). **ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค.** มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ. (2548). **การสำรวจโดยสุ่มตัวอย่าง : ทฤษฎีและปฏิบัติ.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เสมาธรรม.

สมหมาย ปิ่นพธศิลป์. (2548) **การศึกษาศักยภาพทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม**

สายฝน ยวนแหล. (2548) **พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ด้านทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว. ใน จ.ภูเก็ต พังงา กระบี่.**

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. (2548). **อุตสาหกรรสปาในจังหวัดเชียงใหม่**. สถาบันวิจัยสังคม : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรเพ็ญ วิจักษณ์ประเสริฐ. (2548). **คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนและบ้านพักแบบโฮมสเตย์** : สถาบันวิจัยสังคม :มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พรทิพย์ เธียรธีรวิทย์. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเทียวในจังหวัดเชียงใหม่** สถาบันวิจัยสังคม : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วราภรณ์ ไชยนาม. (2548). **อุตสาหกรรมของที่ระลึก** : กรณีศึกษาเครื่องเงินและศิลาดล สถาบันวิจัยสังคม :มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ยุทธ ไกยวรรณ์. (2548). **วิจัยการตลาด.** กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

ทวีป ศิริรัศมี. (2549). **การวิจัยเพื่อพัฒนาท้องถิ่น** (บทคัดย่อ) : มหาวิทยาลัยศิลปกร.

ทวีป ศิริรัศมี. (2549). **การศึกษาการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง : การบริการและการท่องเที่ยว**, กรกฎาคม-ธันวาคม, 1/1, หน้า 154.

สุนีย์ เลี่ยวเพ็ญวงษ์. (2549). **ศักยภาพการท่องเที่ยววัฒนธรรมผู้ไทบ้านหนองห้าง อำเภอกุฉินารายน์ จังหวัดกาฬสินธุ์ : การบริการและการท่องเที่ยว**, กรกฎาคม-ธันวาคม, 1/1, หน้า 143.

วราภรณ์ ไชยงาม. (2548). **อุตสาหกรรมของที่ระลึก.** สถาบันวิจัยสังคม: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพมหานคร ธรรมสาร.

สุวิมล แม้นจริง. (2546). **การจัดการการตลาด.** กรุงเทพมหานคร เอช.เอ็น.กรุ๊ป.

Zeithaml, Valarie, and Mary Jo Bitner. (2000). **Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm.** Second Edition. Massachusetts: McGraw-Hill Companies. pp 152-158.

มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

Thai Boxing Tourism

รายาศิต เต็งกูสุลัยมาน
สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่

Raja Syed Tengku Sulaiman
Institute of Physical Education Krabi Campus

บทคัดย่อ

"มวย" เป็นกิจกรรมการต่อสู้ที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับมวลมนุษยชาติจนสามารถพัฒนาตัวตนเป็นกีฬาที่ยิ่งใหญ่ของโลกและเมื่อย่อส่วนของโลกลงมาพิจารณาเฉพาะภูมิภาคเอเชีย "มวยไทย" ก็เป็นกีฬาที่ยิ่งใหญ่ทั้งในฐานะที่เป็นศิลปะการต่อสู้และกีฬาประจำชาติไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬามวยไทยเป็นกิจกรรมการออกกำลังกายที่ส่งเสริมและพัฒนาผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกด้านให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขและเมื่อมองในแง่ของการท่องเที่ยวมวยไทยจัดเป็นกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายล้านบาทดังจะเห็นได้จากการที่ชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยมักจะหาโอกาสชมการชกมวยไทยและต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า มวยไทยมีวิธีการชกที่มหัศจรรย์ที่สุดในโลก ทั้งนี้เพราะมวยไทยเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ตามแบบฉบับของคนไทยที่เรียกว่าครบเครื่อง คือสามารถใช้อวัยวะเกือบทุกส่วนของร่างกาย เช่น หมัด ศอก แขน เท้า แข้งและเข่า ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าและสมบูรณ์ที่สุด ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะต้องดำเนินการวางแผนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้อยู่ในสถานะที่เลี้ยงตนเองได้และเป็นปัจจัยเกื้อหนุนการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสถาบันหรือโรงเรียนมวยไทยที่ถูกต้องตามกฎหมายภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงศึกษาธิการ จัดหลักสูตรการเรียนการสอนมวยไทยให้ชัดเจนโดยใช้สหวิทยาการสาขาต่างๆ ทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (Sports Science) มาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม จัดการเรียนการสอนที่หล่อหลอมผู้เรียนให้มีคุณสมบัติตามมาตรฐานหลักสูตร ดำเนินการวางแผนการประกอบธุรกิจโดยใช้หลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) เปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม (Community Participation) และรับรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึงตลอดจนวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) ที่นำปัจจัยสำคัญอันได้แก่ ส่วนผสมทางการตลาด (The Five Ps in Marketing Mix) และความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ (Three As) มาใช้อย่างประสมประสาน ที่สำคัญคือควบคุมมาตรฐานคุณภาพของสินค้าหรือบริการให้ดีที่สุดและนานที่สุด

Abstract

It is generally accepted that "Boxing" is a martial art of all humanities. More specifically, it is continuously developed as a great combative sport of the world many centuries ago. In Asian countries, "Thai Boxing" or "Muay Thai" has been practiced as a popular sport and as a martial

art since its inception. The study of Muay Thai do not only improves one's physical fitness and health but also employs as its highest goal inner peace and serenity.

As sport tourism, Muay Thai emphasizes on wholesome tourist activity, group participation, skills for self-defense, proficiency and ease in movement, recreational and social tasks. Through a well-directed Muay Thai tourism program, tourists develop themselves socially which greatly contribute to their physical and mental health. Therefore, most of international tourists try to participate in Muay Thai activities as mentioned and spent their money many billion bath a year for the sport.

The sport tourists around the world state that Muay Thai is an amazing sport and martial art of Asia. Muay Thai attacking techniques consist of punch, elbow strike, knee kick, kick, and foot-thrust arranged in a meaningful order in response to attack from multiple imaginary assailants attacking from several directions. However, one of the most important things that the Ministry of Tourism and Sport and other related organizations should declare about Muay Thai is the management strategies. One useful approach is try to promote, plan, and develop the sport tourism program as well as combining the growth of the whole tourist industry emphasizing 1) educational business underlining The Ministry of Education control, 2) effective sports science techniques, 3) sustainable tourism and people participation principles, and 4) marketing strategies based on The Five Ps in Sport Marketing Mix and Three As.

บทนำ

"มวย" เป็นกิจกรรมการต่อสู้ที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับมวลมนุษยชาติดังนั้นจึงไม่เป็นที่แปลกใจว่ามีชาวโลกทั้งชายและหญิงอยู่จำนวนไม่น้อยที่ตกหลุมรักและคลั่งไคล้กิจกรรมดังกล่าวจนสามารถพัฒนาตัวตนเป็นกีฬาที่ยิ่งใหญ่ของโลกในปัจจุบัน กีฬามวยนอกจากจะเป็นกิจกรรมที่ทรงคุณค่าในฐานะที่เป็นศิลปะป้องกันตัวแล้วยังได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นกิจกรรมที่เสริมสร้างความสมบูรณ์ทางกายหรือสมรรถภาพทางกาย (Physical Fitness) ได้เป็นอย่างดีที่สำคัญคือกีฬามวยเป็นกิจกรรมที่ผ่อนคลายสนุกสนาน และจากการศึกษาพบว่ากิจกรรมดังกล่าวมีส่วนในการขจัดความเครียดและเพิ่มความเชื่อมั่นตลอดจนปลูกฝังความมีน้ำใจนักกีฬาในหมู่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีกด้วย (United States Amateur Boxing, 2000). และเมื่อย่อส่วนของโลกลงมา กวาดสายตามาทางภูมิภาคเอเชีย **"มวยไทย"** ก็เป็นกีฬาที่ยิ่งใหญ่ซึ่งคนไทยรู้จักคุ้นเคยมานาน ในฐานะที่เป็นศิลปะการต่อสู้และกีฬาประจำชาติไทย นอกจากนี้มวยไทยยังเป็นกิจกรรมการออกกำลังกายที่สร้างพละกำลังให้ร่างกายเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีส่วนในการพัฒนาจิตใจให้แข็งแกร่ง มีระเบียบวินัย มีคุณธรรม มีน้ำใจ มีความกตัญญูกตเวทีและมีน้ำใจเป็นนักกีฬา ส่วนชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยและได้มีโอกาสชมการชกมวยไทยต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า มวยไทยมีวิธีการชกที่มหัศจรรย์ที่สุดในโลก (จรวย แก่นวงษ์คำ, 2546 : 6) ทั้งนี้เพราะมวยไทยเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ตามแบบฉบับของคนไทยที่เรียกว่าครบเครื่อง คือสามารถใช้อวัยวะเกือบทุกส่วนของร่างกาย เช่น หมัด ศอก แขน เท้า แข้งและเข่า ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่าและสมบูรณ์ที่สุด ศิลปะการต่อสู้แบบมวยไทยเกิดขึ้นในสมัยใดไม่มีหลักฐานปรากฏชัดเจน แต่พวกเราคนไทยเชื่อว่ามวยไทยได้เกิดขึ้นมานานแล้วพร้อมๆ กับการสถาปนาชาติไทยและในยุคแรกๆ มวยไทยได้นำไปใช้ในวงการทหารฐานะศิลปะการต่อสู้เพื่อ

เอาชนะข้าศึก เพราะในสมัยนั้นยังไม่มีปืนเพื่อใช้ในการทำสงครามจะมีก็แต่การใช้ ดาบ ง้าว หอกและทวน ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นการต่อสู้ที่เสี่ยงเนื่องจากต้องประชิดตัวจึงจะสามารถประหัตประหารและชนะคู่ต่อสู้ได้ ด้วยเหตุนี้คนไทยจึงได้พยายามที่จะแก้ปัญหาดังกล่าว ท้ายที่สุดก็ได้นำการเตะ การถีบ การลงศอก และการขึ้นเข่าซึ่งอยู่ในสายเลือดนักรบไทยมาใช้ประสมประสานกับอาวุธที่มีอยู่จนสามารถเอาชนะเหนือศัตรูได้อย่างเด็ดขาด ต่อมามีผู้เห็นคุณค่าของศิลปะดังกล่าวเกิดการตั้งสำนักเพื่อเรียนรู้และฝึกฝนโดยมีจุดมุ่งหมายของการฝึก 2 ประการ คือ ประการแรกฝึกเพื่อสู้รบกับข้าศึก และประการที่สองฝึกเพื่อการต่อสู้ป้องกันตัว และเมื่อว่างเว้นจากศึกสงครามก็มีการนำศิลปะมวยไทยมาใช้เป็นกิจกรรมนันทนาการเพื่อความสนุกสนาน ต่อมามีการท้าแข่งขันชกมวยไทยระหว่างหมู่บ้านซึ่งตอนนั้นเป็นการชกด้วยหมัดเปล่า จนกระทั่งในสมัยอยุธยาตอนต้นได้มีนักมวยที่มีชื่อเสียงเกิดขึ้นครั้งแรก คือนายขนมต้ม ซึ่งเป็นผู้ที่ใช้ศิลปะมวยไทยต่อสู้เอาชนะพม่าข้าศึกได้ถึง 10 คน และเป็นที่ประจักษ์ในหมู่ข้าศึกว่า คนไทยถึงแม้ไม่มีอาวุธอยู่ในมือแต่มือเปล่าก็ยังมีพิษสงรอบตัวจะประมาทมิได้ เมื่อล่วงเข้ามาถึงสมัยอยุธยาตอนปลายมวยไทยคาดเชือกเริ่มมีบทบาทและได้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการชกเพื่อความสนุกสนานมาเป็นการชกเอาแพ้ชนะห้ำหั่นกันจนกว่าฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดจะแพ้หรือยอมเลิกไป มวยไทยได้พัฒนามาเป็นลำดับจนกระทั่งถึงสมัยรัตนโกสินทร์ได้มีเวทีมวยไทยเกิดขึ้นมากมายเช่นเวทีสวนเจ้าเชษฐ์และเวทีสวนกุหลาบเป็นต้น ตอนหลังประมาณปี พ.ศ. 2462 มวยไทยคาดเชือกเริ่มหมดความนิยมและการชกโดยการใช้นวมได้เข้ามาแทนที่ (แปลก พนาลิกุล และ ปรีชา ตั้งใจ, 2543 : 4-6) แต่ศิลปะการต่อสู้แบบดั้งเดิมก็ยังคงมีอยู่ครบถ้วนและสมบูรณ์แบบดังที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน

มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่สง่างาม

ในการแข่งขันชกมวยไทยแต่ละครั้งนั้น นักมวยจะต้องไหว้ครูตามประเพณี ซึ่งประกอบด้วยท่าร่ายรำ 10 ท่า อันได้แก่เทพนม กราบเบญจาคประดิษฐ์ กอบพระแม่ธรณี บูชาเทพเทพนิมิตร นารายณ์ขว้างจักร พยัคฆ์ด้อมกวางดูดัสกร ท่าเดินสุขเกษมและย่างสามขุม ทั้งนี้เพื่อระลึกถึงบุญคุณและขอพรบิดรมารดา ครูอาจารย์ ผู้มีพระคุณ ตลอดจนสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่อยู่ในสากลโลก ดลบันดาลให้การชกแข่งขันเป็นไปอย่างปลอดภัยและได้รับชัยชนะ หลังจากนั้นจึงร่ายรำไปรอบๆ เวที เข้ากับทำนองดนตรีบรรเลงมงคลปลุกเสกที่สวมศรีษะเสริมให้การแสดงดังกล่าวสง่างามและน่าประทับใจยิ่งนัก ที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือการไหว้ครูจะเป็นการบริหารกล้ามเนื้อส่วนต่างๆ ให้พร้อมที่จะชกแข่งขัน ตลอดจนบำรุงจิตใจและฝึกสมาธิให้เกิดความฮึกเหิม (สมศักดิ์ ศิริอนันท์, 2546 : 9) หลังจากนั้นก็จะเป็นการต่อสู้และไม้มวยไทยต่างๆ ก็จะถูกนำมาใช้อย่างครบถ้วนตามจังหวะและโอกาส

ไม้มวยไทยเป็นท่าการใช้อาวุธในการชกมวยไทย ซึ่งมีท่าของการใช้ หมัด เท้า เข่า และศอก เช่นการใช้หมัดต่อสู้เรียก ไม้หมัด ใช้เท้าเตะคู่ต่อสู้เรียก ไม้เตะ ใช้เท้าถีบคู่ต่อสู้เรียก ไม้ถีบ ใช้ศอกก็เรียก ไม้ศอกและถ้าใช้เข่าก็เรียก ไม้เข่า นอกจากนี้ไม้มวยไทยยังแบ่งตามความสั้นยาวของอาวุธ เช่น ใช้หมัดขว้างสั้น หมัดสอยดาว ศอกและเข่า เรียกไม้สั้น ในทำนองเดียวกันถ้าใช้เท้าเตะและถีบเรียกว่าไม้ยาว บางครั้งก็มีการแบ่งตามความสำคัญมากน้อย ไม้ใหญ่ไม้เล็ก แม่ไม้ลูกไม้ โดยทั่วไปการต่อย เตะ ถีบ เข่า และศอก ถือเป็นทักษะพื้นฐานของการใช้อาวุธมวยไทยและแตกลูกออกไปเป็น ต่อย หมัดตรง หมัดสอยดาว หมัดขว้างสั้น หมัด

ขว้างยาว เตะริด เตะเฉียง เตะตัด เตะกลับหลัง ถีบตรง ถีบข้าง ถีบหลัง เข่าตรง เข่าเอียง เข่าตัด เข่าลอย ศอกตี ศอกตัด ศอกงัด ศอกพุ่ง และศอกกลับหลังเป็นต้น สำหรับแม่ไม้มวยไทยเป็นท่าการออกอาวุธที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการชกมวยไทยซึ่งนักมวยจะต้องเรียนรู้และฝึกปฏิบัติจนเกิดทักษะก่อนการฝึกลูกไม้ แม่ไม้มวยไทยที่สำคัญมี 15 ท่าคือ สลับฟันปลา ปักษาแหวกรัง ชวาซัดศอก อิเหนาแทงกริช ยอดเขาพระสุเมรุ ตาเถรค้ำฟัก มอญยันหลัก ฟักลูกทอย จระเข้ฟาดหาง หักงวงไอยรา นาคาบิดหาง วิรุฬหกกลับ ดับชวาลา ขุนยักษ์จับลิงหักคอเอราวัณ และจากแม่ไม้นี้ก็จะแตกเป็นลูกไม้อีก 15 ท่า คือ เอราวัณเสยงา บาทาลูบพักตร์ ขุนยักษ์พานาง พระรามน้าวศร ไกรสรข้ามห้วย กวางเหลียวหลัง หิรัญยักษ์ม้วนแผ่นดิน นาคมุดบาดาล หนุมานถวายแหวน ญวนทอดแห ทะแยค้ำเสา หงษ์ปีกหัก สักพวงมาลัย เถรกวาดลาน ผ่านลูกบวบ (กรุงเทพมหานคร, 2547 : 95) ศิลปะต่างๆ เหล่านี้เป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยที่คิดค้น สั่งสมและสืบทอดมาจนปัจจุบัน ซึ่งชาติอื่นใดในโลกนี้ไม่สามารถเลียนแบบให้เสมอเหมือนได้ นี่คือความศักดิ์สิทธิ์ สง่าและเสน่ห์ของมวยไทย ลูกผู้ชายไทยและคนไทย

มวยไทยในสายตาของชาวต่างชาติ

กีฬาถือกำเนิดเกิดมาในฐานะกิจกรรมเฉลิมฉลองและแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมตลอดจนภาพลักษณ์ของสังคมใดสังคมหนึ่ง (Green & Chalip, 1998 : 276) ต่อมากีฬาได้วิวัฒนาการเป็นกิจกรรมเพื่อจรรโลงสังคมให้สามารถดำเนินอยู่ได้ตามวิถีและเป็นกิจกรรมสำหรับทำมาหาเลี้ยงชีพในที่สุด เช่นเดียวกับกีฬามวยไทยที่ได้กลายเป็นกีฬาอาชีพอย่างสมบูรณ์แบบในปัจจุบันและอาจกล่าวได้ว่ามวยไทยเป็นกีฬาอาชีพแรกของประเทศไทยก็ว่าได้ ทั้งนี้เพราะว่ามวยไทยเป็นกีฬาประจำชาติและอยู่ในสายเลือดของคนไทยทุกคน นอกจากนี้มวยไทยยังเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ต้องฝึกฝนเรียนรู้อย่างมีแบบแผน ตลอดจนอาศัย แรงจูงใจ (Motivation) และแรงเสริม (Rainforcement) ที่ดีจึงจะประสบความสำเร็จได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมวยไทยเป็นกีฬาต่อสู้ที่เร้าใจและใช้เวลาแข่งขันไม่นานนักก็สามารถตัดสินผลแพ้ชนะได้ ด้วยเหตุนี้กีฬามวยไทยจึงเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมไม่เสื่อมคลายและอยู่คู่ฟ้าเมืองไทยมาตราบเท่าทุกวันนี้ และถ้าหากพูดถึงกีฬามวยไทยในแง่ของธุรกิจการท่องเที่ยวก็ถือว่า กีฬามวยไทยเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวและทำรายได้ให้กับประเทศไทยในภาพรวมอยู่ไม่น้อย สังเกตได้จากข้อมูลซึ่งเป็นผลจากการวิจัยเรื่องการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวกึ่งอนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน : ภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศพึงประสงค์ให้พื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันดำเนินการฝึกสอน สาธิต และจัดการแข่งขันกีฬาพื้นเมืองโดยเฉพาะกีฬามวยไทยอยู่ในระดับมากคือมีค่าเฉลี่ยสูงถึง 3.63 จากมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2550 : 100) ดังนั้นจึงเป็นที่ประจักษ์แล้วว่าปัจจุบันกีฬามวยไทยไม่ได้อยู่เฉพาะในหัวใจคนไทยเท่านั้น แต่ยังแผ่ขยายครอบครองหัวใจของคนทั้งโลกอีกด้วย ที่สำคัญคือชาวต่างชาติที่ได้มีโอกาสมาเที่ยวที่เมืองไทยส่วนหนึ่งมักจะหาโอกาสที่จะไปชมการแข่งขันมวยไทย บางคนถึงกับดั้นด้นเดินทางไปถึงสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่เพื่อฝากตัวขอเป็นศิษย์ของโรงเรียนมวยไทยในสถาบัน

แนวทางในการจัดการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

ดังที่ได้กล่าวมาตั้งแต่ต้นแล้วว่ากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมสำคัญที่สุดกิจกรรม

หนึ่งที่มีพลังดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวให้เข้ามาสู่ในพื้นที่ (Robinson & Jones, 2003). ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวที่เวียนแวะเข้ามาในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันส่วนหนึ่งพึงประสงค์มาเสาะแสวงและเพิ่มพูนประสบการณ์เกี่ยวกับศิลปะมวยไทย ไม่ว่าจะเป็นการฝึกฝนเรียนรู้ ชมการสาธิตไม้มวยไทย ตลอดจนการชมและเข้าร่วมแข่งขันกีฬามวยไทย สิ่งต่างๆ เหล่านี้นี่เองที่เป็นแรงบันดาลใจให้คนบางกลุ่มจัดตั้งค่ายมวยไทยเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวดังกล่าว อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการบางท่านทราบว่าการดำเนินกิจการค่ายมวยไม่ได้ราบรื่นเหมือนดังที่ใครๆ คิด บางครั้งต้องผจญกับปัญหาและอุปสรรคนาประการเป็นเหตุให้บางค่ายต้องเลิกล้มกิจการกลางคันมีผลกระทบตามมามากมาย ด้วยเหตุนี้จึงใคร่เสนอแนวคิดในการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวภายใต้ปัจจัยแวดล้อมและหลักวิชาการที่เอื้ออำนวยให้เกิดความสำเร็จ ดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการจัดตั้งสถาบันหรือโรงเรียนมวยไทยหรือชื่ออื่นใดที่ชอบด้วยกฎหมายและอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงศึกษาธิการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอันมีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นอาทิ

2. ดำเนินการจัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนให้ชัดเจนโดยใช้สหวิทยาการสาขา ต่างๆ มาเป็นฐานในการคิด ที่สำคัญคือนำแนวคิดทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา (Sports Science) ซึ่งเชื่อกันว่าสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการฝึกและเล่นกีฬาให้มีประสิทธิภาพสูงมาเป็นบรรทัดฐานในการตัดสินใจเลือกและจัดระบบเนื้อหาสาระตลอดทั้งหลักสูตร ประกอบด้วยองค์ความรู้ด้านกายวิภาค สรีรวิทยา จิตวิทยา ชีวกลศาสตร์ เวชศาสตร์ โภชนาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ (National Strength and Conditioning Association, 2000: 3, 25, 187, 299) อย่างไรก็ตามเพื่อให้หลักสูตรมีคุณภาพและประสบความสำเร็จในเชิงปฏิบัติควรผ่านการประเมินของผู้เชี่ยวชาญและทำการวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรอย่างต่อเนื่องก่อนนำไปใช้

ดำเนินการวางแผนการเรียนการสอนที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ สังคมและ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องเป็นการจัดการเรียนการสอนที่หล่อหลอมผู้เรียนให้มีคุณสมบัติตามมาตรฐานหลักสูตร นั่นคือ ต้องตอบคำถามให้ได้ว่าผู้เรียนต้องรู้อะไร ทำอะไร และมีคุณภาพอย่างไร ที่สำคัญคือหลังจากสำเร็จการศึกษาตามหลักสูตรแล้วผู้เรียนควรมีคุณลักษณะเช่นไร

4. ดำเนินการวางแผนการประกอบธุรกิจโดยใช้หลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งเป็นการพัฒนาที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำรงชีวิต โดยไม่มีผลกระทบต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม นอกจากนี้การพัฒนานั้นต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม (Community Participation) และรับรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึง ที่สำคัญคือต้องเป็นการพัฒนาที่สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ (Bramwell, 1997 : 37).

5. ดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies)หมายความว่าผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาปัจจัยทางด้านการตลาดที่มีส่วนกำหนดความสำเร็จของการจัดการการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

5.1 ส่วนผสมทางการตลาด (The Five Ps in Marketing Mix) ซึ่งประกอบด้วยการกำหนดราคา (Price) ที่เหมาะสมและคุ้มค่ากับสิ่งที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ จัดสภาพแวดล้อมของสถานที่ (Place) ให้มีศักยภาพในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว จัดผลิตภัณฑ์ (Product) คือกิจกรรมและบริการต่างๆ ให้มีคุณภาพและน่าสนใจ การ

โฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promotion) ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้รับรู้และตัดสินใจ และการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชน (Public Relation) (Mullin & Sutton, 2002 : 38)

5.2 ความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ (Three As) ซึ่งประกอบไปด้วยการสร้างและพัฒนาสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (Attractions) ความสะดวกและความปลอดภัยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และการเตรียมพร้อมทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)

5.3 ตัวปฏิบัติการร่วมทางการตลาด (Co-operative Marketing) ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนและเกื้อหนุนทางธุรกิจด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ระหว่างกิจกรรม (Activities) ที่จัดกับคุณภาพของอุปกรณ์ (Facilities) กล่าวคือกิจกรรมที่จัดต้องดีเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันอุปกรณ์ที่ใช้ก็ต้องมีคุณภาพทั้งรูปลักษณ์และความสามารถในการใช้งาน (Briggs, 2001; Sawyer, 2000) สิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้การทำตลาดทางด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จอย่างดียิ่ง

6. ดำเนินการควบคุมมาตรฐานคุณภาพของสินค้า หรือบริการให้ดีที่สุดและนานที่สุด สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องไม่เกิดเหตุการณ์จัดการแข่งขันชกมวยไทยด้วยเล่ห์ไม่จริงจัง ไม่สมศักดิ์ศรี (จรวย แก่นวงษ์คำ, 2546 : 92) หรือเป็นมวยสมยอมซึ่งพูดกันติดปากว่า **"ล้มมวย"** (Collusion) อย่างเด็ดขาด เพราะสิ่งต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นหนทางนำไปสู่ความเสื่อมทางธุรกิจทั้งสิ้น

บทสรุป

การนำเสนอมวยไทยสู่สายตาชาวโลกถือเป็นมิติใหม่ของวงการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่สามเหลี่ยม อันดามันโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นการนำศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าสู่ระบบการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่สำคัญ คือ เป็นการจัดการที่นำเอาศาสตร์ คือ วิทยาศาสตร์การกีฬากับศิลป์คือศิลปะการต่อสู้ในเชิงมวยไทยมาบูรณาการเข้าด้วยกันอย่างลงตัวก่อเกิดประโยชน์ในลักษณะของการเกื้อกูลทางด้านธุรกิจบริการอย่างเป็นรูปธรรมที่ปฏิบัติได้

อย่างไรก็ตามความสำเร็จในการแจ้งเกิดของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวจะมีโอกาสมากน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ มากมายหลายประการอันมีงบประมาณที่เพียงพอ การวางแผนจัดการที่ดี การร่วมด้วยช่วยกันของบุคลากรเป็นต้น ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของสถานประกอบการทางด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่จะต้องประสานความร่วมมือไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะชุมชนรอบๆ แหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อระดมสรรพกำลังที่มีอยู่ในการเพิ่มโอกาสแห่งความสำเร็จให้สูงขึ้น

การเริ่มต้นของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้นี้ ถือเป็นเกมส์การแข่งขันที่ท้าทายกลุ่มจังหวัดพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันในการพิสูจน์ศักยภาพ ที่มีอยู่ให้เป็นที่ประจักษ์ว่าจะสามารถนำเอาทรัพย์ในดินสินในน้ำที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ให้ก่อเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในพื้นที่ได้หรือไม่ อย่างไรก็ตามความสำเร็จที่พึงเกิดขึ้นในครั้งนี้จะเป็นกุญแจดอกสำคัญในการเปิดพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันออกสู่สายตาชาวโลกอีกครั้งหนึ่งภายหลังเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยคลื่นสึนามิ และที่สำคัญที่สุดก็ คือ เราได้เพชรเก่าที่ล้ำค่ามาประดับวงการท่องเที่ยวในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอีกเม็ดหนึ่ง

บรรณานุกรม

กรุงเทพมหานคร. (2547). **คู่มือกีฬาไทย "ชุด ดูกีฬาเป็น เล่นกีฬาให้สนุก.** กรุงเทพมหานคร : สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร.

จรวย แก่นวงษ์คำ. (2546). **มวยไทย มวยสากล.** กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์. แปลก พนาลิกุล และ ปรีชาตั้งใจ (2542). **มวยไทยสู่สากล.** กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์สูตรไพศาล.

สมศักดิ์ ศิริอนันต์ (2539). **ศิลปะมวยไทยชั้นสูง.** กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์การศาสนา.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2550). **ทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวกึ่งอนุรักษ์ในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันอย่างยั่งยืน.** รายงานการวิจัย.

Bramwell,B. (1997). **User Satisfaction and Product Development in Urban Tourism.** Tourism Management. 19(1):35-44.

Briggs, S. (2001). **Successful Tourism Marketing: A Practical Handbook (2nd edition).** London: Kogan Page.

Green,B.C.,& Chalip, L. (1998). Sport Tourism as the Celebration of Subculture. Annals of Tourism Research. 25(2): 275-291.

Mullin, B.J., Haroy, S., & Sutton, W.A. (2002). **Sport Marketing. Champaign.** IL. Human Kinetics. Publishers, Inc.

National Strength and Conditioning Association. (2000). **Essentials of Strength Training and Conditioning** (Baech. T.R & R.W. Earle, eds). Champaign. IL. Human Kinetics. Publishers, Inc.

Robinson, T., Gammon, S., & Jones,I (2003). **Sports Tourism: An Introduction.** London: Continuum.

Sawyer, T. H. (2002). **Facilities Planning for Health, Fitness, Physical Activity, Recreation, and Sports:** Sagamore Publishing.

United States Amateur Boxing Inc. (2000). **Coaching Olympic Style Boxing.** Carmel. IN : Cooper Publishing Group L.L.C.

การวิเคราะห์จุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจังหวัดพังงา

An Analysis of Tourism Product Positioning of Phang Nga Province, Thailand

เทิดชาย ช่วยบำรุง
สำนักประสานงานการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

Therdchai Choibamroong
Area-Based Tourism Research Centre for Sustainable Tourism Development

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาจุดยืนผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาซึ่งเป็นหนึ่งในกลุ่มจังหวัดอันดามัน (ภูเก็ต พังงาและกระบี่) โดยมีเครื่องมือการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ สำหรับเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามจำนวน 10,700 ชุด (ชาวไทย 6,184 ชุด และชาวต่างชาติ 4,516 ชุด) สำหรับเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ มีการจัดประชุมกลุ่มย่อยเฉพาะ จำนวน 52 ครั้ง สัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 523 ครั้ง และการประชุมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 13 ครั้ง ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดพังงาควรมีจุดยืนผลิตภัณฑ์ที่การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เน้นการฟื้นฟูและการพักฟื้นในบรรยากาศที่เงียบสงบ กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวควรเน้นกลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มรักธรรมชาติและความสงบ

Abstract

This research is aimed at finding an appropriate tourism product positioning of Phang Nga province, based on its strengths and opportunities, in Andaman tourism cluster in southern Thailand. It employed both qualitative and quantitative research methods. For quantitative research methods, 10, 700 sets of questionnaire were surveyed with 6,184 Thai visitors and 4, 516 international visitors. For quantitative research methods, 52 focus group meetings were organized. The 523 in-depth interviews were done and the 13 tourism workshops were organized with all stakeholders in Andaman cluster; Phuket, Phang Nga and Krabi to collect their views on the product positioning of Phang Nga. The research found that the tourism product positioning of Phang Nga is a nature-based tourism with a tranquil atmosphere emphasizing on rejuvenating and health care activates. It is a paradise for the niche market such as the nature and peace lovers.

คำนำ

การวิจัยของชุดโครงการการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มอันดามัน (ภูเก็ต พังงา กระบี่) ระยะที่ 1 จุดยืนผลิตภัณฑ์และยุทธศาสตร์การพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอันดามัน ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ซึ่งได้สนับสนุนโครงการวิจัยจำนวน 13 โครงการ โดยความร่วมมือจากคณาจารย์ 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เขตการศึกษาภูเก็ต และสถาบัน

การพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ โดยมีโครงการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประสิทธิภาพของการให้บริการในระบบขนส่งในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

2. มาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

3. ศักยภาพของชุมชนในฐานะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

4. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบกของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

5. ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต

6. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต

7. การวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

8. การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่

9. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

10. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่

11. ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาในเขตพื้นที่จังหวัด ภูเก็ต พังงา กระบี่

12. ศึกษาศักยภาพอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต

13. ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่

ผลการวิจัยจาก 13 โครงการดังกล่าวข้างต้น ได้ถูกนำมาสังเคราะห์เพื่อหาจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอันดามันสู่ความยั่งยืน

ระเบียบวิธีวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในชุดโครงการมีความแตกต่างกันตามรูปแบบและลักษณะของงานวิจัยแต่ละชิ้น แต่มีลักษณะร่วมเดียวกัน คือ (1) งานวิจัยทุกชิ้นจะเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งด้านเจ้าบ้าน (Host) และผู้มาเยือน (Guest) ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ (2) ใช้วิธีการศึกษาผสมผสานทั้งคุณภาพและเชิงปริมาณ (3) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ทั้งการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การสัมมนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการจัดประชุมด้วยรูปแบบการวิจัยดังกล่าวทำให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมในทุกมิติที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามงานวิจัยแต่ละชิ้นมีความแตกต่างกันตามรูปแบบและลักษณะของงานวิจัยที่มีคำถามการวิจัยและข้อจำกัดในการศึกษา จึงมีการใช้วิธีการศึกษาที่แตกต่างกันบ้างนอกเหนือจากลักษณะร่วมที่เหมือนกัน

งานวิจัยที่วัดศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เรื่อง (1) ศักยภาพของชุมชนในฐานะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ (2) ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบกของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ (3) MERGEFIELD ProjectTitle ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (4) ศักยภาพอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต (5) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาในเขตพื้นที่จังหวัด ภูเก็ต พังงา กระบี่

(6) ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ ซึ่งงานวิจัยทั้ง 6 โครงการ มีลักษณะร่วมเดียวกันคือ มีการสร้างตัวชี้วัดศักยภาพในงานวิจัย

งานวิจัยเรื่องศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต ทำการเก็บข้อมูลเฉพาะในจังหวัดภูเก็ต เนื่องจากไม่มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดพังงา และกระบี่ และนำเทคนิค SWOT Analysis ในการวิเคราะห์

งานวิจัยเรื่อง (1) ศักยภาพของชุมชนในฐานะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ (2) ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบกของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ (3) MERGEFIELD ProjectTitle ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (4) ศักยภาพอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต งานวิจัยกลุ่มนี้เป็นงานวิจัยที่ให้ความสำคัญกับการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ และการนำมาสังเคราะห์กับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม การสัมมนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดประชุม

งานวิจัย เรื่อง (1) ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (2) มาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เก็บรวบรวมข้อมูลสปาในลักษณะที่คู่ขนานและมีเนื้อหาที่คาบเกี่ยวกันแม้ชื่อเรื่องของงานวิจัยอาจมีลักษณะที่ใกล้เคียงกันแต่เนื้อหาที่แตกต่างกันทำให้วิธีการศึกษาของโครงการศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ เน้นเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและนำมาสังเคราะห์ร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิ ส่วนโครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้มาจากวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการสปา

งานวิจัยทุกชิ้นใช้สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยการหาค่าเฉลี่ย (Means) ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) งานวิจัยบางชิ้นได้นำสถิติชั้นสูงมาใช้โดยเลือกสถิติตามความเหมาะสมของข้อมูล เช่น การใช้วิธีศึกษาด้วยสถิติ One-way ANOVA ในงานวิจัยเรื่อง (1) การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (2) พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (3) ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ (4) การวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ และใช้สถิติ Chi-square test ในงานวิจัยเรื่อง (1) ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบกของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ (2) ศักยภาพของชุมชนในฐานะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ การวิจัยในชุดโครงการทั้ง 13 โครงการ มีการใช้เครื่องมือที่หลากหลาย ซึ่งสรุปกระบวนการวิจัยที่ใช้ในชุดโครงการได้ดังนี้

1. เก็บรวบรวมโดยใช้แบบสอบถามใน 3 จังหวัด จำนวน 10,700 ชุด โดยเก็บรวบรวมข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย 6,184 ชุด และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 4,516 ชุด

2. การจัดสัมมนากลุ่ม (Focus Group) ในพื้นที่ 3 จังหวัด จำนวน 52 ครั้ง

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ หน่วยงานราชการ ผู้นำชุมชน และแกนนำกลุ่มต่างๆ จำนวน 532 คน

4. การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 13 ครั้ง

ผลการวิจัย

จุดยืนผลิตภัณฑ์และการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน "จิตวิญญาณบริสุทธิ์แห่งธรรมชาติที่พังงา"

จุดยืนผลิตภัณฑ์พังงา "พังงา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทางทะเล ที่มีความเงียบสงบ สวรรค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ (กลุ่มรักธรรมชาติ รักสงบ) กิจกรรมการท่องเที่ยว เน้นพักฟื้นร่างกาย ฟื้นฟูจิตใจ"

ภาพความคิดของนักท่องเที่ยว

ตติยาพร จารุมณีรัตน์ และคณะ (2548) ได้ศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ จากมุมมองนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน คำตอบที่ได้จากงานวิจัยเรื่องนี้สอดคล้องกับความเป็นจริงข้อหนึ่งที่ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปจังหวัดพังงา โดยเฉพาะบริเวณหาดเขาหลัก เพราะต้องการชื่นชมความบริสุทธิ์ของธรรมชาติ ภาพลักษณ์ของจังหวัดพังงาในสายตานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจึงเป็นจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่คงความเป็นธรรมชาติได้อย่างดี มีความเงียบสงบ ไม่พลุกพล่านหรือเต็มไปด้วยสีสันของความบันเทิงที่มนุษย์สร้างขึ้นอย่างเช่นจังหวัดภูเก็ต ในสายตานักท่องเที่ยว พังงาจึงเป็นสวรรค์ของคนรักธรรมชาติและอยากใกล้ชิดธรรมชาติ

เช่นเดียวกับมุมมองของเจ้าบ้าน หรือภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งจากหน่วยงานภาครัฐส่วนกลาง ส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน สถานประกอบการ ประชาสังคม ตลอดจนองค์กรพัฒนาเอกชนในพื้นที่ ต่างมีความเห็นสอดคล้องกันว่า จังหวัดพังงา มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นความเป็นธรรมชาติ

นอกจากภาพความคิดเชิงบวกของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติแล้ว นักท่องเที่ยวทั้งไทยและชาวต่างประเทศยังได้สะท้อนมุมมองในอีกด้านหนึ่งต่อจังหวัดพังงา ทั้งในด้านความหลากหลายของที่พัก มาตรฐานด้านราคาที่พักและการบริการ กิจกรรมสันทนาการ หรือกิจกรรมเพื่อรองรับความบันเทิงในยามค่ำคืน ความหลากหลายของร้านค้า อาหารและเครื่องดื่มที่มีจำหน่าย ณ แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนสินค้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดพังงา ยังไม่มีความโดดเด่นและมีความหลากหลายเท่ากับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการพัฒนามาเป็นระยะเวลานานอย่างจังหวัดภูเก็ต

ขณะที่เจ้าบ้านหรือภาคีทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องสะท้อนความจริงในประเด็นนี้ว่า สิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา มุ่งเน้นที่ตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวธุรกิจ จึงมีคำถามว่า ทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดพังงาควรเป็นไปในทิศทางใด และอะไรคือ จุดยืนของการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดนี้

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศล้วนชื่นชอบ "อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะสิมิลัน" ซึ่งประกอบด้วยหมู่เกาะน้อยใหญ่ทั้ง 9 เกาะ เรียงรายกันในท้องทะเลอันดามัน แดนสวรรค์สำหรับนักท่องเที่ยวที่นิยมสัมผัสกับธรรมชาติใต้ท้องทะเลอย่างใกล้ชิด

นักท่องเที่ยวที่มีโอกาสได้มาเยี่ยมเยียนจังหวัดพังงา จึงนิยมทำกิจกรรมว่ายน้ำและดำน้ำเพื่อสัมผัสความงดงามของท้องทะเลมากเป็นลำดับหนึ่ง (สายฝน ยวนแหล และคณะ, 2548) สอดคล้องกับการศึกษาของ วรวินทุ์ สุวัณ ณ เขมรัฐ และคณะ (2548) พบว่า นักท่องเที่ยวนิยมกีฬาดำน้ำที่เกาะแปด สิมิลัน รวมทั้งชอบ

เล่นกีฬากอล์ฟ และพายเรือแคนู ซึ่งเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกทำในระหว่างการพักผ่อนเมื่อท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

พรพิษณุ พรหมศิวะพัลลภ และคณะ (2548) ได้จัดประชุมระดมความคิดเห็นจากภาคีต่างๆ ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา ประเด็นเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดกลุ่มอันดามันคือ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่า เจ้าบ้านซึ่งมาจากแต่ละภาคีทางการท่องเที่ยวมีความเห็นสอดคล้องกับผลการวิจัยในส่วนของภาพรวมจุดเด่นและจุดด้อยของการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

งานวิจัยดังกล่าวยังได้เสนอว่า เจ้าบ้านยืนยันอย่างชัดเจนว่าพังงามีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่นักท่องเที่ยวนิยมและชื่นชอบ สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่ในใจนักท่องเที่ยวคือ “เขาหลัก” โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศเยอรมัน และกลุ่มสแกนดิเนเวีย ซึ่งนิยมมาพักระยะยาว ประมาณ 1-14 วัน (สายฝน ยวนแหล และคณะ, 2548)

นอกจากนี้ เจ้าบ้านในจังหวัดพังงาได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมสันทนาการในจังหวัดพังงาไม่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ทัดเทียมแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตตามผลการสำรวจจากมุมมองนักท่องเที่ยวโดยมองว่า ความหลากหลายของกิจกรรมสันทนาการต่างๆ ในพังงานั้นมีเพียงพอแล้ว ทั้งกิจกรรมดำน้ำ เดินป่า ขี่ช้าง พายเรือแคนู และสปา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยเฉพาะที่เขาหลักนั้น นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนอย่างสงบ โดยปราศจากสิ่งรบกวนบริเวณชายหาด บางครั้งนักท่องเที่ยวเลือกที่จะอาบแดดในบริเวณชายหาด หรือสระว่ายน้ำของโรงแรม โดยไม่มีกิจกรรมอื่นทั้งวัน

เจ้าบ้านยังแสดงทัศนะเพิ่มเติมว่า ไม่ควรมีกิจกรรมที่ทำลายความสงบยามค่ำคืน เพราะเป้าหมายของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาคือ การพักผ่อนอย่างสงบและสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด

มุมมองของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา

ปัจจัยแรกที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาคือ ความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ (สายฝน ยวนแหล และคณะ, 2548) แต่วันนี้จังหวัดพังงากำลังเผชิญกับปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจากผลการศึกษาของสายฝน ยวนแหล และคณะ (2548) ตติยาพร จารุมณีรัตน์ และคณะ (2548) และพรพิษณุ พรหมศิวะพัลลภ และคณะ (2548) มีความสอดคล้องกันคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระบุว่าปัญหาด้านภาวะมลพิษเป็นปัญหาสำคัญลำดับแรกที่ควรได้รับการแก้ไขโดยด่วนที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมองว่าปัญหาความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินเป็นปัญหาสำคัญเร่งด่วนที่ต้องรีบแก้ไข

เจ้าบ้านมีความเห็นในทิศทางเดียวกับนักท่องเที่ยว และได้แสดงมุมมองเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างแน่นอน เพราะธรรมชาติที่เงียบสงบปราศจากสิ่งรบกวน คือ จุดขายสำคัญของการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา แต่ปัจจุบันสิ่งก่อสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ กำลังทำลายและบดบังความงามของธรรมชาติ ผู้ประกอบการจากต่างถิ่นเข้ามาลงทุนสร้างรีสอร์ทขนาดใหญ่ เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชีย ซึ่งเป็นเป้าหมายทางการตลาดกลุ่มใหม่ นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป

ข้อมูลจากการระดมความคิดเห็นระหว่างเจ้าบ้านจากกลุ่มต่างๆ ยังระบุว่า มีการถมแอ่ง

น้ำธรรมชาติเพื่อสร้างโรงแรมในบริเวณเขาหลัก และยังมีการก่อสร้างอาคารที่พักเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว โดยมิได้คำนึงถึงความกลมกลืนหรือสมดุลกับสภาพธรรมชาติ

การลงทุนด้วยเงินจำนวนมากเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา จึงเกิดคำถามว่า การพัฒนาดังกล่าวนำไปสู่การกำหนดเป้าหมายเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หรือเป็นการสะสมคลื่นใต้น้ำที่พร้อมจะปะทุอย่างบ้าคลั่งเฉกเช่นคลื่นยักษ์สึนามิ

ศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงา

พังงา มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติหลากหลายรูปแบบ ทั้งน้ำตก ภูเขา ถ้ำ สระน้ำ วังน้ำคลอง อุทยานแห่งชาติและท้องทะเลอันดามัน จากผลการสำรวจของประทีป นวลเจริญ และคณะ (2548) พบว่า พังงา เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบกสูง 36 ตำบล

เมื่อสอบถามความคิดเห็นของชุมชนตลอดจนเครือข่ายการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ต้องการให้มีนักท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบกในพื้นที่ตำบลของตน เพราะนั่นหมายถึงรายได้ที่จะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชนให้ดีขึ้น ซึ่งเป็นการเสริมความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชน โดยอาศัยการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นกลไกขับเคลื่อน

ทั้งนี้สิ่งสำคัญยิ่งคือ กระบวนการจัดการของชุมชนต้องชัดเจนและเป็นระบบ ปัญหาที่พบคือ เมื่อแหล่งท่องเที่ยวใดมีแนวโน้มจะเป็นตลาดท่องเที่ยว นักลงทุนต่างถิ่นมักเข้าไปในพื้นที่เพื่อกว้านซื้อที่ดินและลงทุนปลูกสร้างอาคารสถานที่ในการรองรับการท่องเที่ยว ผลประโยชน์จึงตกอยู่กับผู้มีอิทธิพลและพวกพ้อง ส่งผลให้ทรัพยากรทางธรรมชาติเสื่อมโทรม วงจรเช่นนี้จะเกิดขึ้นต่อไป จากแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปสู่อีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง “ชุมชน” จึงเป็นฟันเฟืองสำคัญในการแก้ไขปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรทางธรรมชาติ หากชุมชนมีการวางแผนจัดการและดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนของตน ก็เท่ากับรักษาอู่ข้าวอู่น้ำของตนเอง เพราะแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบกสามารถส่งเสริมและพัฒนาเป็นทุนสำหรับการท่องเที่ยวได้

การท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดพังงา

จังหวัดพังงามีชุมชนที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนสูงถึง 48 ตำบล ชุมชนส่วนใหญ่มีทรัพยากรธรรมชาติเป็นต้นทุน วิถีชีวิตของชุมชนพึ่งพาและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ แต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมตามท้องถิ่นของตน องค์กรชุมชนในจังหวัดพังงายังมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน ในแต่ละชุมชนมีปราชญ์หรือผู้รู้ในท้องถิ่นของตน นับเป็นต้นทุนของชุมชนที่มีค่าเช่นกัน

นอกจากนี้ มีหลายชุมชน เช่น ชุมชนตำบลเกาะพระทอง ชุมชนตำบลเกาะยาวน้อย ชุมชนตำบลคึกคัก ชุมชนตำบลบ่อแสน ชุมชนตำบลท้ายเหมือง ชุมชนตำบลเกาะยาวใหญ่ ชุมชนตำบลเกาะปันหยี และชุมชนตำบลสองแพรก เป็นชุมชนที่มีศักยภาพในระดับสูง มีการจัดตั้งกฎกติกาของชุมชน เพื่อจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง สามารถเชื่อมโยงและใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาชุมชนได้ ที่สำคัญคือ มีการกระจายผลประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม โดยการจัดตั้งกองทุนของชุมชนที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของคนในชุมชน

ในแต่ละชุมชนยังมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน มีการศึกษาดูงานการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อที่จะนำมาประยุกต์สำหรับจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับ

ชุมชนของตนเอง (มัณฑนา นวลเจริญ และคณะ, 2548)

อย่างไรก็ดี การส่งเสริมศักยภาพชุมชนเพื่อเป็นช่องทางการท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีการให้ความรู้กับชุมชนในด้านการจัดการการท่องเที่ยว และการเลือกสรรวิถีการท่องเที่ยวในแบบฉบับที่เป็นรากฐานของภูมิปัญญาในชุมชนของตนเอง เพราะเป็นหัวใจของการท่องเที่ยวชุมชนที่แท้จริง

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดพังงา

"ความยิ้มแย้มแจ่มใส" ถือเป็นจุดเด่นของคนไทยที่ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งจากฝั่งตะวันตกและตะวันออก หลงใหลและชื่นชมสืบต่อกันมาช้านาน จากคำบอกเล่าของนักท่องเที่ยวคนหนึ่งถ่ายทอดสู่นักท่องเที่ยวอีกคนหนึ่งต่อเนื่องกันไป ทำให้ชื่อเสียงของ "สยามเมืองยิ้ม" ขจรขจายไปอย่างกว้างขวาง จนทำให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวต่างประเทศเลือกเดินทางมาเพื่อพักผ่อนในบรรยากาศที่อบอุ่นด้วยรอยยิ้มและมิตรภาพ รอยยิ้มของเจ้าบ้านจึงเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องลงทุนซื้อหาแต่อย่างใด

จากการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของ 3 จังหวัดอันดามัน โดย สมหมาย ปิ่นพุทธศิลป์ และคณะ (2548) สอดคล้องกับข้อความข้างต้น กล่าวคือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดพังงาที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด คือ ความยิ้มแย้มแจ่มใส และอาหารทะเล รองลงไปคือ อาหารพื้นบ้าน อาชีพ และประเพณี

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักให้ความสนใจทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม อาจเป็นเพราะสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวจึงแสวงหาสิ่งแปลกใหม่โดยการเรียนรู้จากการเดินทางท่องเที่ยว

ส่วนอาหารทะเลสดเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ควรได้รับการสนับสนุนและส่งเสริม ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศหวังที่จะได้รับประทานอาหารทะเลที่มีคุณภาพ สด และอร่อย และได้มีโอกาสลิ้มลอง "อาหารพื้นบ้าน" ซึ่งเป็นรากฐานทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ตนเดินทางไปเยือน นักท่องเที่ยวบางคนแสวงหาอาหารท้องถิ่นในทุกครั้งของการเดินทาง จนมีคำเปรียบเปรยว่า "หากยังไม่ได้ลองชิมอาหารชนิดนี้ เรียกได้ว่ายังเดินทางมาไม่ถึงจังหวัดนี้" สอดคล้องกับมุมมองผู้ประกอบการอาหารท้องถิ่น ซึ่งพบในงานวิจัยของอภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ (2548) แสดงทัศนะว่า การประกอบอาหารอย่างถูกสุขอนามัยเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในการรับประทานอาหารท้องถิ่นอย่างปลอดภัย

นอกจากนี้ อาหารท้องถิ่นช่วยส่งเสริมและเอื้อให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้แก่ผู้คนในท้องถิ่นและเกิดการหมุนเวียนของระบบเศรษฐกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า สถานประกอบการร้านอาหารร้อยละ 90 เป็นของคนในท้องถิ่น ดังนั้นอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นจึงเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทางการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

อภิรมย์ พรหมจรรยา และคณะ (2548) ระบุว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มท้องถิ่นในลักษณะของการสร้างจุดแข็งของการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ และควรสร้างความเข้าใจและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและลองชิมอาหารท้องถิ่นในแต่ละจังหวัด ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวรู้จักและคุ้นเคยกับอาหารไทยภาคกลาง เช่น ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ผัดไทย แกงจืดหมูสับ เป็นต้น

ปัญหาหนึ่งที่นักวิจัยชี้ให้เห็นความสำคัญ คือ ตามธรรมชาติแล้วอาหารท้องถิ่นใต้มักมีรสชาติเผ็ดร้อน เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศมักไม่นิยมอาหารรสชาติจัดและเผ็ดร้อนจนเกินไป เมื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวสามารถรับประทานได้ พ่อค้าแม่ค้าท้องถิ่นจึงประยุกต์รสชาติของอาหาร ทำให้เอกลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นแบบดั้งเดิมเปลี่ยนไป หรืออาจทำให้อาหารปักษ์ใต้รสจัดบางรายการเลือนหายไป ทั้งที่ความจริงแล้ว เราสามารถรักษาและสืบทอดอาหารท้องถิ่นรสชาติแบบดั้งเดิมควบคู่ไปกับการส่งเสริมอาหารท้องถิ่นประยุกต์เพื่อให้ถูกปากนักท่องเที่ยวได้

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศมักนิยมเลือกซื้อสินค้าฝากญาติสนิทมิตรสหาย ซึ่งจากผลการศึกษาของแสนศักดิ์ ศิริพานิช และคณะ (2548) เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของ 3 จังหวัด พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนจังหวัดพังงาสนใจและต้องการซื้อสินค้าพื้นเมืองของจังหวัดจำพวกผลิตภัณฑ์เปลือกหอยมากกว่าผ้าทอพื้นเมืองและเครื่องประดับไข่มุก ทั้งนี้นักวิจัยยังพบว่าผลิตภัณฑ์เปลือกหอยเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวมักตัดสินใจซื้อโดยดูจากคุณภาพของสินค้ามากกว่าความสวยงามและการออกแบบ

แต่มีข้อสังเกตประการหนึ่งว่า เปลือกหอยเป็นทรัพยากรจากทะเล เมื่อนำมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์และสินค้าของที่ระลึก นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งนิยมสนใจซื้อเป็นของขวัญของฝาก ผู้ประกอบการก็มักจะแสวงหาของที่แปลกตาเพื่อนำมาขายให้มากขึ้น ซึ่งนั่นอาจเป็นการส่งเสริมให้เกิดการบุกรุกและทำลายทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล เพื่อเก็บเปลือกหอยที่สวยงามและแปลกตามากขึ้น นักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประเด็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อาจจะไม่ชอบใจและส่งผลต่อความรู้สึกทางการท่องเที่ยวได้

สปาในพังงา

สปาส่วนใหญ่ในจังหวัดพังงาเป็นรีสอร์ทสปา มีบริการนวดไทย นวดเท้า และนวดแบบสวีดิช รวมทั้งมีวารีบำบัด ซึ่งเป็นการอาบน้ำในอ่างน้ำวน และการอบสมุนไพรไทย ทุกสปาในจังหวัดพังงามีบริการนวดด้วยน้ำมันหอมระเหย และบริการบำรุงรักษาความงาม นวดหน้า ขัดผิว อบซาวน่า และห่อตัว เป็นต้น

จากงานวิจัยระบุว่า ผู้ใช้บริการสปาพังงามีความพึงพอใจในสถานที่และสิ่งแวดล้อม ผู้ให้บริการ และมาตรฐานการบริการในสปา โดยผู้ใช้บริการจัดให้สปาพังงาอยู่ในระดับดี มาตรฐานสี่ถึงห้าดาว

แต่เมื่อผู้วิจัยศึกษาในแต่ละประเด็นอย่างละเอียด พบว่า ผู้ใช้บริการพึงพอใจเรื่องความสะอาดของสถานที่ วัสดุ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้มากที่สุด สปาพังงาส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในโรงแรมมีมาตรฐานด้านความสะอาดของสถานที่อยู่แล้ว ส่วนปัจจัยด้านบุคลากร ผู้ใช้บริการพึงพอใจในเรื่องของความสะอาดและความเชี่ยวชาญของบุคลากรในระดับสูง สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่ควรพัฒนาต่อไป

ผลวิจัยบอกว่า จุดเด่นที่สุดของพังงา คือ ทำเลที่ตั้งที่มีบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ และเงียบสงบ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาพักผ่อนซ้ำหลายครั้ง

ขณะที่นักท่องเที่ยวให้ข้อคิดเห็นที่น่าสนใจเพื่อนำไปปรับใช้ในการพัฒนาสปาพังงา คือ ทำเลที่ตั้งของ สปาไม่สะดวกต่อการเดินทาง นักท่องเที่ยวต้องเดินเข้าไปในถนนเล็กๆ บางสายก็เป็นลูกรังแคบๆ นอกจากนี้ ผู้ให้บริการบางส่วนขาดทักษะการสื่อสารด้านภาษา ประกอบกับการบริการด้านสปาจำเป็นต้องใช้ศัพท์เทคนิค

เฉพาะตัว ทำให้มีปัญหาด้านการสื่อสารระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการได้ และยิ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน ซึ่งนิยมใช้ภาษาเยอรมันในการสื่อสารมากกว่าการใช้ภาษาอังกฤษ ก็ยิ่งเป็นอุปสรรคที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยเร็ว เพราะนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการสปาของพังงาส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน

เมื่อสอบถามผู้ประกอบการถึงปัญหาและอุปสรรคของสปาพังงา ได้คำตอบชัดเจนว่าขาดผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านในการให้คำแนะนำแก่ผู้ใช้บริการ ธุรกิจสปาพังงามีความสัมพันธ์ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ที่ผ่านมาไม่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการในช่วงฤดูฝน ทำให้ผู้ให้บริการมีรายได้ลดลง เกิดการโยกย้ายเข้าไปทำงานในสปาจังหวัดภูเก็ต ซึ่งไม่มีปัญหาเรื่องจำนวนนักท่องเที่ยว และมีรายได้ตลอดปี (ปวารณา อัจฉริยบุตร และคณะ, 2548)

บทสรุป

ชุดโครงการการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนกลุ่มอันดามัน กรณีศึกษา จุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา พบว่า ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทสิ่งดึงดูดใจที่จังหวัดพังงามีความโดดเด่นอย่างชัดเจนคือ ความสงบของแหล่งท่องเที่ยวเหมาะแก่การพักผ่อน ไม่พลุกพล่าน เหมาะสมกับคนทุกเพศทุกวัย และมีสภาพป่าไม้และวนอุทยานที่ได้รับการดูแลอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับความจริงที่ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปจังหวัดพังงา โดยเฉพาะบริเวณหาดเขาหลักเพราะชื่นชมกับความสงบเงียบของจังหวัดพังงา อย่างไรก็ตามจังหวัดพังงามีศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบกและชุมชนมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชนสูง รวมทั้งความยิ้มแย้มแจ่มใสและอาหารที่สามารถสะท้นอัตลักษณ์วัฒนธรรมอันดามัน เหล่านี้เป็นต้นทุนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาต่อไป และอีกกิจกรรมหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นอย่างมากในจังหวัดพังงา คือ สปา โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันและสแกนดิเนเวียน จึงสามารถสรุปได้ว่าจังหวัดพังงาเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดพังงาสู่ความยั่งยืนควรวางอยู่บนจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว “จิตวิญญาณบริสุทธิ์แห่งธรรมชาติที่พังงา”

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เพื่อนนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เขตการศึกษาภูเก็ต และสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ และชาวอันดามันทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยอย่างดียิ่ง

บรรณานุกรม

กมลธรณ์ พรหมพิทักษ์. (2548). **โครงการศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสปาในเขตพื้นที่ จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). **โครงการการศึกษาประสิทธิภาพของการให้บริการในระบบขนส่งในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

ตติยาพร จารุมณีรัตน์. (2548). **โครงการการศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

ปวารณา อัจฉริยบุตร. (2548). **โครงการมาตรฐานของสถานประกอบการสปาในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

ประทีป นวลเจริญ. (2548). **โครงการการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติทางบก ของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

พรพิษณุ พรหมศิวะพัลลภ. (2548). **โครงการการวัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

มัณฑนา นวลเจริญ. (2548). **โครงการการศึกษาศักยภาพของชุมชนในฐานะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

วรวินท์ สุวัณ ณ เขมรัฐ. (2548). **โครงการศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

วัชรี หิรัญพันธุ์. (2548). **โครงการศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ต.** รายงานการวิจัย

สมหมาย ปิ่นพุทธศิลป์. (2548). **โครงการศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

สายฝน ยวนแหล. (2548). **โครงการพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

แสนศักดิ์ ศิริพานิช. (2548). **โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

อภิรมย์. (2548). **โครงการศึกษาศักยภาพอาหารและเครื่องท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่.** รายงานการวิจัย

ศักยภาพ บทบาท และความต้องการของภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงราย ในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด

Tourism Business Stakeholder in Chiangrai Province: Capacity, Role, and Need for Tourism Planning and Management

วิรุณสิริ ใจมา อัครเรศ รักสุริยา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

Wirunsiri Jaima, Akrares Raksuriya
Chiangrai Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพ บทบาท และความต้องการของภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของกิจการในภาคธุรกิจของจังหวัดเชียงรายจำนวน 472 คน (การสัมภาษณ์เชิงลึก 30 คน การสนทนากลุ่ม 21 คน และการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม 421 คน) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมีการใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อเนื่องอย่างเป็นขั้นตอนและใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมีการใช้สถิติเชิงพรรณนามาวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพด้านการรับข้อมูลข่าวสารด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดในระดับต่ำที่สุด

2. ภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจด้านการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดในระดับปานกลาง ซึ่งประกอบด้วย 1) ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจในด้านการวางแผนและการจัดการในระดับสูง 2) ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง และ 3) ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง

3. ภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวและของการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งประกอบด้วย 1) ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญด้านการท่องเที่ยวในระดับสูง และ 2) ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญในการมี ส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง

4. ภาคธุรกิจมีบทบาทในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดน้อยที่สุด

5. ภาคธุรกิจมีความต้องการในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดปานกลาง

Abstract

The purpose of this research was to study the potential, role and need of business sector in planning and tourism management of Chiangrai province.

The sample used in this study were from 472 business owners in Chiangrai province consisting of 30 persons who were asked by using an in-depth interview, 21 persons were collected from focus group, and 421 persons were asked to response the questionnaire. These instruments were used in collecting data . The qualitative data was collected continuously and analyzed systematically and the quantitative data was analyzed in terms of mean, percentage, and S.D. The findings were as follows:

1. The business section in Chiangrai had the lowest potential in receiving information of planning and tourism management of Chiangrai Province.

2. The business section in Chiangrai had the average potential of knowing and understanding of planning and tourism management of Chiangrai Province which were as follows;1) the potential of knowing and understanding of planning and management was in the high level .2) the potential of knowing and understanding of tourism management was in the average level. 3.) the potential in knowing and understanding of the planning and tourism management of Chiangrai Province was in the average level.

3. The business section in Chiangrai had the average potential in the awareness of the importance of tourism and the participation in planning and tourism management of Chiangrai Province which were as follows;1) the potential in the awareness of the importance of tourism was high. 2) the potential of participation in planning and tourism management of Chiangrai Province was in the average level

4. The role of business section in Chiangrai in planning and tourism management of Chiangrai Province was in the lowest level.

5. The need of business section in planning and tourism management of Chiangrai Province was in the average level.

คำนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากตลอดระยะเวลา 40 ปีที่ผ่านมาประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด ในปี พ.ศ. 2546 มีรายได้ 289,600 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547 อ้างถึงในประชาคมวิจัย, 2547) ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งยังตั้งเป้าหมายที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจาก 10 ล้านคนในปี 2547 เป็น 30 ล้านคน ในปี 2551 และจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียในที่สุดอีกด้วย (เบญจวรรณ วงศ์คำ, 2547)

การพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยว ของประเทศไทยที่ผ่านมามีปัญหาและอุปสรรคมากมาย ดังนั้นหากต้องการให้ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยพัฒนาและบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ย่อมจำเป็นต้องหาแนวทางที่จะทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งส่วนหนึ่งที่ช่วยให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ จะต้องเป็นการพัฒนาที่มีความสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยว (guest) เจ้าบ้าน (host) และทุกภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและสร้างกลไกการจัดการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

จังหวัดเชียงรายนับเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูงแห่งหนึ่ง อย่างไรก็ตามการ

พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดที่ผ่านมายังขาดทิศทางและขาดการพัฒนาที่เป็นระบบ ดังนั้นเพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จึงควรสนใจและสนับสนุนให้ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจให้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและสร้างกลไกการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ในระยะ 10 ปีที่ผ่านมามีการศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีการศึกษาบางชิ้นที่ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนในการจัดการ พัฒนา หรือส่งเสริมการท่องเที่ยว (ชมนาด ตันติเสรี, 2546; ประกอบศิริ ภักดีพินิจ, 2545; คมสัน วาฤทธิ์, 2545; พนิตตา สิงห์ครา, 2544; ดารุณี บุญธรรม, 2543; มธุรส ปราบไพรี, 2543) ศึกษาถึงศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว (สุภาภรณ์ หาญทอง, 2543) ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ประหยัด ตะคอนรัมย์, 2544; ศมา ณ ระนอง, 2545; กอบแก้ว ชัยเดชสุริยะ, 2546; ประภาส อินทนปสาธน์, 2546) และมีการศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือบทบาทของคณะกรรมหมู่บ้านในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (พจนารถ กลึงไกร, 2545; อภิวัฒน์ ธีระวาสน์, 2543) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาการมีส่วนร่วมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (ชื่นใจ บูชาธรรม, 2542) มีการศึกษาด้านความต้องการในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการหรือพัฒนาการท่องเที่ยว (จงรักษ์ อินทยนต์, 2545; นภัค วัฒนคุณ, 2545; ปิยพร ทาวีกุล, 2544; กฤษดา ยะการ, 2543; ทับทิม สุวรรณประภา, 2541) มีรายงานการศึกษาเรื่องการประเมินความต้องการมีส่วนร่วมและความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของประชาชน (ในหมู่บ้านหนึ่งของจังหวัดเชียงราย) (อรวรรณ พันธ์เนตร, 2541) และมีการศึกษาเบื้องต้นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย-พะเยา (พงศธร เกษสำลี, 2528) แต่อย่างไรก็ตามยังขาดงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพ บทบาท และความต้องการในการวางแผนและจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายโดยภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาที่ใช้ในการตอบคำถามวิจัยทั้งสามข้อจะใช้วิธีวิจัยแบบผสม (mixing methodologies) ซึ่งเป็นการวิจัยที่ใช้ทั้งวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative method) และใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative method)

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (stakeholder) ซึ่งประกอบด้วยกิจการเกี่ยวกับที่พักและโรงแรม กิจการทัวร์นำเที่ยว กิจการรถ-เรือเช่า กิจการให้บริการขนส่ง ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ร้านอาหาร ผับ และภัตตาคาร สถานบริการและบันเทิง กิจการบริการด้านสันทนาการและกีฬา ร้านขายของชำ ซุปเปอร์ มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้า สถาบันการเงิน (ในส่วนที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว) คลินิกและสถานพยาบาล และกิจการอื่นๆ ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น เสริมสวย โทรศัพท์ อินเตอร์เน็ต และไปรษณีย์เอกชน เป็นต้น

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ดังนี้คือ

1. กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ตัวแทนกิจการแต่ละประเภทจำนวน 30 คน และเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบสโนว์บอลล์ (snowball sampling)

2. กลุ่มตัวอย่างในการสนทนากลุ่ม ได้แก่ ตัวแทนกิจการแต่ละประเภทจำนวน 21 คน

และเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็นแบบสโนว์บอลล์

3. กลุ่มตัวอย่างในการเก็บแบบสอบถามจำนวน 421 กิจการ และเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความน่าจะเป็นแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified sampling) ซึ่งแบ่งออกเป็น 1) กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง (อำเภอเมือง อำเภอ เชียงแสน อำเภอเชียงของ และอำเภอแม่สาย) จำนวน 263 กิจการ (ร้อยละ 63) 2) กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวระดับปานกลาง (อำเภอแม่สรวย อำเภอพาน อำเภอแม่จัน อำเภอเวียงป่าเป้า และอำเภอแม่ฟ้าหลวง) จำนวน 114 กิจการ (ร้อยละ 27) และ 3) กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวต่ำ (อำเภอแม่ลาว กิ่งอำเภอแม่สลองใน อำเภอพญาเม็งราย อำเภอเวียงเชียงรุ้ง อำเภอเวียงแก่น อำเภอเทิง และอำเภอป่าแดด) จำนวน 44 กิจการ (ร้อยละ 10)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย การสนทนากลุ่ม (in-depth interview) การสัมภาษณ์เชิงลึก (focus group) และการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaire survey)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมีการใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลต่อเนื่องอย่างเป็นขั้นตอนและใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือทั้งความเที่ยงและความตรง และใช้สถิติเชิงพรรณนามาวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังมีการสัมภาษณ์เชิงลึกและจัดการประชุมเพื่อตรวจสอบผลการวิจัยที่ได้

ผลการศึกษา

***ผลการศึกษาจากการสนทนากลุ่ม* คือ**

1. ภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายมีบทบาทในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดในระดับปานกลาง โดยเข้าไปมีบทบาทในลักษณะของการเข้าร่วมประชุมรับฟังข้อมูล ร่วมวางแผน ร่วมเสนอความคิดเห็น และร่วมส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งในกรณีที่ธุรกิจไม่ได้เป็นสมาชิกหรืออยู่ในสมาคมหรือชมรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะไม่มีโอกาสหรือมีโอกาสน้อยมากในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

2. ภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายมากที่สุด โดยต้องการเข้าไปให้ข้อมูล เสนอความคิดเห็น และร่วมวางแผนในฐานะที่เป็นผู้เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวและเป็นผู้มีผลได้ผลเสียโดยตรงต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาจากการ*สัมภาษณ์เชิงลึก* คือ

1. ภาคธุรกิจมีบทบาทของภาคธุรกิจในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดในระดับปานกลางโดยเข้าไปมีบทบาทในลักษณะของการร่วมประชาสัมพันธ์หรือส่งเสริมการท่องเที่ยว ร่วมประชุมเพื่อรับฟังข้อมูลข่าวสารและร่วมเสนอความคิดเห็น โดยตัวแทนภาคธุรกิจมีความเห็นว่าภาครัฐมีการเปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดมาก

2. ตัวแทนภาคธุรกิจต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายมากที่สุด โดยต้องการเข้าไปร่วมวางแผน ร่วมส่งเสริมการท่องเที่ยว ร่วมประชาสัมพันธ์และร่วมเสนอความคิดเห็น

ผลการศึกษาจาก*การสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม* คือ

1. ศักยภาพของภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด

1.1 ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านการรับข้อมูลข่าวสารด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดในระดับต่ำที่สุด เนื่องจากมีระดับของผู้ที่เคยได้รับข้อมูลข่าวสารจำนวนร้อยละ 46 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 59 ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายนานๆ ครั้ง รองลงมาร้อยละ 33 ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านดังกล่าวบ่อยครั้ง และร้อยละ 9 ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านดังกล่าวเป็นประจำ ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 17 ได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายจากแผ่นพับหรือเอกสาร รองลงมาคือได้รับข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ร้อยละ 15 และได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน/คนรู้จักร้อยละ 14

1.2 ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายโดยรวมในระดับปานกลาง เนื่องจากภาคธุรกิจมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 69 (คะแนนตั้งแต่ร้อยละ 60-69 หมายถึง ภาคธุรกิจมีศักยภาพในระดับปานกลาง) โดยสามารถแยกเป็น 3 ด้านดังนี้คือ 1) ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจในด้านการวางแผนและการจัดการในระดับสูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 76 (คะแนนตั้งแต่ร้อยละ 70-79 หมายถึง ภาคธุรกิจมีศักยภาพในระดับสูง) 2) ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 62 และ 3) ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 69

1.3 ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายโดยรวมในระดับปานกลาง เนื่องจากภาคธุรกิจมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 69 (คะแนนตั้งแต่ร้อยละ 60-69 หมายถึง ภาคธุรกิจมีศักยภาพในระดับปานกลาง) โดยสามารถแยกเป็น 2 ด้านดังนี้คือ 1) ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในระดับสูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 72 (คะแนนตั้งแต่ร้อยละ 70-79 หมายถึง ภาคธุรกิจมีศักยภาพในระดับสูง) และ 2) ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 64

2. ภาคธุรกิจมีบทบาทในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากมีผู้ตอบแบบสอบถามเพียงจำนวนร้อยละ 13 ที่เคยมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จึงไม่เคยมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และนอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งหรือบทบาทในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในอดีตมีเพียงร้อยละ 4 และที่มีตำแหน่งหรือบทบาทดังกล่าวในปัจจุบันมีเพียงร้อยละ 3 ดังนั้นส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เคยมีตำแหน่งหรือบทบาทในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในอดีตและ

ไม่มีตำแหน่งหรือบทบาทในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในปัจจุบัน โดยภาคธุรกิจเข้าไปมีบทบาทในลักษณะของการร่วมประชุมเพื่อรับฟังข้อมูลข่าวสารร้อยละ 40 ร่วมเสนอความคิดเห็นร้อยละ 27 และร่วมประสานงานร้อยละ 13

3. ภาคธุรกิจมีความต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่ต้องการมีส่วนร่วมร้อยละ 64 และร้อยละ 36 ไม่ต้องการมีส่วนร่วม โดยภาคธุรกิจต้องการร่วมประชุมเพื่อรับฟังข้อมูลร้อยละ 26 ร่วมเสนอความคิดเห็นร้อยละ 26 และร่วมชักชวนผู้อื่น 17

อภิปรายผล

1. ศักยภาพของภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงราย ในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด

1.1 การที่ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านการรับข้อมูลข่าวสารด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดอยู่ในระดับต่ำที่สุดสะท้อนให้เห็นว่าภาคธุรกิจในจังหวัดอาจมีความสนใจที่จะรับข้อมูลข่าวสารด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดน้อย หรืออาจเป็นไปได้ว่าภาคธุรกิจมีความสนใจในข้อมูลข่าวสารดังกล่าวแต่ยังไม่ทราบแหล่งข้อมูลข่าวสารหรือไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารดังกล่าว

1.2 การภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนและการจัดการ ซึ่งเป็นความรู้ความเข้าใจในลักษณะในเชิงวิชาการอยู่ในระดับดี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีการศึกษา (ร้อยละ 50 จบการศึกษาระดับอนุปริญญาหรือสูงกว่า และร้อยละ 24 จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า)

ส่วนการที่ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลางทั้งสองด้านนั้น อาจเป็นไปได้ว่ายังไม่ค่อยมีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ถึงข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย และรวมถึงข้อมูลข่าวสารด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งการที่ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายและด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลางดังกล่าวนั้นสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพด้านการรับข้อมูลข่าวสารด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด ในระดับต่ำที่สุด

1.3 การที่ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง อาจแสดงให้เห็นว่าภาคธุรกิจในจังหวัดยอมรับและเห็นว่าการท่องเที่ยวว่ามีความสำคัญหรือมีบทบาทต่อจังหวัดเชียงรายส่วนการที่ภาคธุรกิจมีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญของการเข้าไปมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นไปได้ว่าภาคธุรกิจคิดว่าการท่องเที่ยวไม่ได้กระทบต่อธุรกิจของตนเองโดยตรงแต่เป็นการกระทบต่อจังหวัดโดยรวมๆ เท่านั้น จึงทำให้ไม่ค่อยเห็นความสำคัญของการเข้าไปมีส่วนรวมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

2. การที่ภาคธุรกิจมีบทบาทในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

น้อยที่สุดนั้นอาจเป็นไปได้ว่าส่วนราชการให้โอกาสแก่ภาคธุรกิจให้เข้ามามีส่วนร่วมน้อยเกินไป หรือส่วนราชการอาจจะขาดการกระตุ้นให้ภาคธุรกิจเห็นความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วมดังกล่าว

3. การที่ภาคธุรกิจต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายอยู่ในระดับปานกลาง อาจแสดงให้เห็นว่าภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายอาจจะยังไม่ค่อยเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายมีศักยภาพด้านความตระหนักถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะกลไกและแนวทางในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด

1. พัฒนาระบบการจัดการการท่องเที่ยวของเชียงรายให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานมากขึ้น หรือมีคุณภาพและมาตรฐานเทียบเท่ากับต่างประเทศ

2. วางแผนการตลาดในลักษณะภาพรวมของจังหวัดและประเทศ

3. เสริมสร้างความร่วมมือในลักษณะเครือข่ายพันธมิตรให้กับผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจเดียวกัน เช่น กลุ่มผู้ประกอบการรถเช่า ที่พัก บริษัททัวร์และนำเที่ยว และร้านของฝาก เป็นต้น

4. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้มีมีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงกับการท่องเที่ยวต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคธุรกิจ ชุมชน ประชาชน หรือคนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเข้ามาร่วมมีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้การวางแผนการท่องเที่ยวรอบคอบและเป็นระบบมากขึ้น

5. ข้อเสนอแนะในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์

5.1 จัดทำแผนที่ที่เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวและทำการตรวจสอบแผนที่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง

5.2 ประชาสัมพันธ์ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเก่าและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ให้มากขึ้น

5.3 ประชาสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี และวิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นให้มากขึ้น

5.4 เผยแพร่และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายผ่านสื่อต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น สื่อโทรทัศน์ แผ่นพับ โบวชัวร์ โปสเตอร์ ป้ายโฆษณา และสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เพื่อทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

5.5 สร้างจุดบริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้บริการและอำนวยความสะดวกในการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แหล่งซื้อของ เส้นทางการเดินทาง วิธีการเดินทาง และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นต้น

5.5 จัดทำโบรชัวร์ประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยอาจนำไปฝากที่ร้านของฝากหรือจุดที่มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการมาก

5.6 เพิ่มกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้มากขึ้นเพื่อเพื่อทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว

6. ข้อเสนอแนะในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายด้านการแก้ไขและพัฒนา

6.1 การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายให้สะอาด สวยงาม มีระเบียบ ปลอดภัย และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

6.2 ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้มีจุดเด่นหรือจุดขายที่แปลกใหม่กว่าเดิม

6.3 พัฒนาทรัพยากรบุคคลด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายโดยเฉพาะไกด์หรือบริษัทนำเที่ยว เช่น พัฒนาในด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น

6.4 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดต่อไป

6.5 กระตุ้นให้ภาครัฐเข้ามารับรู้ปัญหาด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการแก้ไขที่ตรงประเด็น

7. สร้างจิตสำนึกและสร้างความตระหนักถึงความสำคัญด้านการท่องเที่ยวให้กับประชาชนและภาคเอกชนทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความประทับใจและไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

8. สร้างจิตสำนึกให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการช่วยกันพัฒนาและอนุรักษ์ รักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของจังหวัดเชียงราย

9. รักษาเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองน่าอยู่และน่าท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัยที่ได้รับจากการศึกษาเรื่องศักยภาพ บทบาท และความต้องการของภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด อาจนำไปใช้ในการการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ของจังหวัดเชียงรายได้ดังนี้คือ

1.1 ควรมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดให้กับภาคธุรกิจมากขึ้น เช่น การเผยแพร่โดยใช้แผ่นพับ หรือสื่อด้านต่างๆ นอกจากนี้ควรมีการประชาสัมพันธ์ว่ามีแหล่งของข้อมูลข่าวสารแหล่งใดบ้าง ทั้งนี้เพื่อช่วยเสริมสร้างศักยภาพด้านการรับข้อมูลข่าวสารด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยว

1.2 ควรให้ความรู้แก่ภาคธุรกิจโดยจัดการอบรมหรือสัมมนาในเรื่อง 1) การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย เช่น ข้อมูลด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และสภาวะของการเข้ามาท่องเที่ยวในนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัด และ 2) การวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้เพื่อช่วยเสริมสร้างศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจด้านการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย

1.3 ควรเปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้มากขึ้น เช่น เปิดโอกาสให้ภาคธุรกิจมีโอกาสเข้าร่วมประชุมเพื่อรับฟังข้อมูล และร่วมเสนอความคิดเห็น เป็นต้น

1.4 ควรร่วมกันสร้างจิตสำนักหรือสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรสร้างให้ตระหนักถึงความสำคัญของการเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้มากขึ้น ทั้งนี้อาจทำได้โดยการประชาสัมพันธ์ถึงความสำคัญและประโยชน์ของการท่องเที่ยวที่มีต่อภาคธุรกิจ

2. เมื่อหน่วยงานภาครัฐทราบถึงศักยภาพ บทบาท และความต้องการของภาคธุรกิจในจังหวัดเชียงรายในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดแล้ว อาจจะทำให้สามารถวางแผนและจัดการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และนำมาซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในที่สุด

บรรณานุกรม

กฤษดา ยะการ. (2543). **ความต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของประชาชนตำบล แม่ทราย อำเภอร้องกวาง จังหวัดแพร่.** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.

กอบแก้ว ชัยเดชสุริยะ. (2546). **การจัดการทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมของบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่.** วิทยานิพนธ์ (วท.ม.) มหาวิทยาลัยเกษตร.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547). **สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้ของประเทศไทยตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 1-9 (พ.ศ.2503-2546).**

คมสัน วาฤทธิ์. (2545). **ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ชุมชนลำน้ำว้า อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน.** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.

จงรักษ์ อินทยนต์. (2545). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาบ้าน โป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง.** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

ชมนาด ตันติเสรี. (2546). **ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษา ชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.** วิทยานิพนธ์. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ : กรุงเทพมหานคร.

ชื่นใจ บูชาธรรม. (2542). **การมีส่วนร่วมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวบริเวณชายหาดบางแสน จังหวัดชลบุรี.** วิทยานิพนธ์ (ศษ.ม.) มหาวิทยาลัยมหิดล.

ดารุณี บุญธรรม. (2543). **ศักยภาพของชุมชนม้งในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาบ้านน้ำคะ ตำบลผาช้างน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา.** รายงานการค้นคว้าแบบอิสระเชิงวิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ทับทิม สุวรรณประภา. (2541). **ความคาดหวังและความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวถ้ำเชียงดาว.** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.

นภัค วัฒนคุณ. (2545). **ความต้องการในการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยว : กรณีเวียงท่ากาน ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่.** รายงานการค้นคว้าแบบอิสระ เชิงวิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่

เบญจวรรณ วงศ์คำ. (2547). **สถานการณ์ท่องเที่ยวไทยปี 47 ภาพฝัน กับความจริง.** ประชาคมวิจัย, ฉบับ 57 เดือนกันยายน-ตุลาคม 2547 (หน้า 7).

ประกอบศิริ ภักดีพินิจ. (2545). **ศักยภาพของชุมชนการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนริมกว๊านพะเยา : กรณีศึกษาชุมชนบ้านร่องไฮ ตำบลแม่ใส อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา**. มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ : เชียงใหม่.

ประภาส อินทนปสาธน์. (2546). **การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม : กรณีหมู่บ้านโคกโก่ง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์.** รายงานการศึกษาอิสระปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ประหยัด ตะคอนรัมย์. (2544). **แนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณี**

ศึกษาตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ (ผ.ม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยพร ทาวีกุล. (2544). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาบ้านไหล่หิน ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง.** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.

พงศธร เกษสำลี. (2528). **การศึกษาเบื้องต้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย-พะเยา.** วิทยานิพนธ์ (ผ.ม.) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พจนารถ กรึงไกร. (2545). **การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม : กรณีศึกษา ตำบลโป่งงาม อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย.** รายงานการค้นคว้าแบบอิสระเชิงวิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พนิตตา สิงห์ครา. (2544). **ศักยภาพของชุมชนบ้านห้วยฮี้ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์.** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.

มธุรส ปราบไพรี. (2543). **ศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว : กรณีชุมชน ไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี.** รายงานการค้นคว้าแบบอิสระเชิงวิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศมา ณ ระนอง. (2545). **การจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนท้องถิ่น ศึกษาเฉพาะกรณี : ชุมชนคีรีวง ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช.** วิทยานิพนธ์ (พช.ม.) มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.

สินธุ์ สโรบล. (2547). **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.** ประชาคมวิจัย, ฉบับ 57 เดือนกันยายน-ตุลาคม 2547 (หน้า 15).

สุภาภรณ์ หาญทอง. (2543). **ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวจังหวัดพัทลุง.** ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อภิวัฒน์ ธีระวาสน์. (2543). **บทบาทของคณะกรรมการหมู่บ้านในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษาถ้ำเมืองออน กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่.** มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เชียงใหม่.

อรวรรณ พันธ์เนตร. (2541). **การประเมินความต้องการมีส่วนร่วมและความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของประชาชน : กรณีบ้านหาดไคร้ ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย.** รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศักยภาพและความพร้อมการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

The Potential and Readiness of Thai Massage in Chiang Rai

ยุพิน หมีใจเจริญ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

Yuphin Meechaichaicharoen
Rajamangala University of Technology Lanna

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการนวดแผนไทย ความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการรับบริการนวดแผนไทย และเพื่อศึกษารูปแบบการให้บริการนวดแผนไทย ในจังหวัดเชียงราย การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และ การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามและการจัดประชุมเพื่อสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงรายมีความพร้อมในระดับสูง แต่การประกอบการนวดในจังหวัดเชียงรายยังขาดความชัดเจนเรื่องรูปแบบของการนวด ที่จะสร้างเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด ส่วนด้านความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ชาวต่างประเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพอใจในการให้บริการของผู้ประกอบการนวดและพนักงานนวด และยังพบว่าอาชีพมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยเป็นอย่างมาก การวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายดังนี้ 1)ควรมีการจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการนวดแผนไทย 2)สร้างความร่วมมือระหว่างสถานประกอบการและส่วนราชการเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจการนวดแผนไทยเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3)ควรมีการจัดอบรมมาตรฐานการนวดจากส่วนราชการ เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 4)ส่วนราชการควรเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องการจัดหาแหล่งเงินลงทุนที่จะพัฒนาสถานประกอบ 5)ควรมีการส่งเสริมให้สถานประกอบการจัดร้านแบบล้านนา โดยใช้วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น และมาจากธรรมชาติ จัดร้านให้สื่อถึงการนวดแบบแผนไทย เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่ามีธุรกิจอื่นแอบแฝง

Abstract

The objective of this research was to study the potential and readiness of Thai massage enterpreneurs, the satisfactions and needs of tourists for Thai massage services, The studies research also the service style of Thai massage in Chiang Rai. The research was quantitative and qualitative. The instruments of this research were questionnaire and focus groups.

The result of this research were that most entrepreneurs had high readiness, but they had no the unique style of massage. The tourists' satisfactions and needs were that they satisfied in the service, and the occupations of the clients were in effect with decision making in using services.

The suggestions of this research were that there should have an association for massage enterpreneurs to cooperate between government and private individual for promoting Thai

massage to be one of health tour is to control massage's standard by government. The government should support funds and promote the massage establishments in to Lanna style by using local's materials.

คำนำ

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งที่ถือว่ามีจุดเด่นทางด้านการท่องเที่ยว มีความได้เปรียบทางสภาพภูมิศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน ความโดดเด่นทางด้านภาษา วัฒนธรรมและประเพณี ประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน โบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม สามารถตอบสนองยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศได้ทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการได้ ซึ่งในแต่ละยุทธศาสตร์ยังขาดความชัดเจนในการพัฒนาว่าจะพัฒนาไปในทิศทางใด

ทิศทางการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวก็เป็นทิศทางหนึ่งที่ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมที่มีอยู่เพื่อช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอื่นๆ ซึ่งได้แก่ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การนวดแผนไทย ธุรกิจสปา ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร หัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น ธุรกิจเหล่านี้เป็นธุรกิจที่จะช่วยส่งเสริมหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายเพิ่มมากขึ้น

โดยเฉพาะการนวดแผนไทยที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เช่น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสนใจที่จะรักษาสุขภาพด้วยกรรมวิธีทางตะวันออกซึ่งเป็นสิ่งที่แปลกใหม่สำหรับพวกเขา ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่หันมาให้ความสำคัญต่อการดูแลสุขภาพด้วยวิธีรักษาแบบโบราณ หรือวิธีการรักษาแบบดั้งเดิมที่เคยใช้มาแล้ว แต่ได้ถูกลืมไปเมื่อเห็นว่าการรักษาแบบการแพทย์ตะวันตก เช่น การใช้ยาปฏิชีวนะ ได้ผลดีกว่าการรักษาแบบการแพทย์พื้นบ้านที่มักจะเห็นผลช้ากว่า แต่ด้วยแรงจูงใจจากสื่อทางโทรทัศน์ นิตยสาร วารสารต่างๆ ที่ทั้งทางเอกชนและรัฐบาลโหมกระพือชวนเชิญให้หันมาทำการบริโภค หรือใช้การรักษาแบบการแพทย์พื้นบ้าน โดยเฉพาะกระทรวงสาธารณสุข ที่ทำการส่งเสริมการรักษาแบบการแพทย์พื้นบ้านอย่างจริงจัง

โดยเฉพาะการนวดแผนโบราณ หรือการนวดแผนไทยเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ที่ชาวจังหวัดเชียงรายคุ้นเคยและใช้ในการรักษาอาการเจ็บปวดให้ทุเลาหายไปมาช้านานแล้ว ด้วยวิถีภูมิปัญญาของชาวเชียงรายที่อาศัยธรรมชาติในการบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยเล็กๆ น้อยๆด้วยความรู้ทางการแพทย์พื้นบ้านที่สั่งสมมาจากบรรพบุรุษถ่ายทอดความรู้สืบทอดกันต่อๆ มาจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งจนกลายมาเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นในครอบครัวเป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ให้บริการสำหรับคนชาวเชียงรายเท่านั้น แต่เมื่อได้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ธุรกิจการนวดก็ถูกปรับเปลี่ยนให้มีขนาดใหญ่ขึ้น เช่น ธุรกิจโรงแรมที่เจ้าของทำการเปิดร้านนวดภายในโรงแรมและจัดสถานที่เพื่อบริการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย แต่ก็มีธุรกิจการนวดขนาดเล็กเปิดขึ้นมาอย่างมากมายตามข้างถนนหนทาง คือ พร้อมรับใช้ลูกค้าได้ทุกเมื่อ จากการสำรวจร้านเล็กๆ เหล่านี้พบว่าลูกค้าก็มาใช้บริการการนวดแผนไทยไม่แตกต่างจากในร้านใหญ่ๆ มากนัก ลูกค้าส่วนใหญ่ชอบและประทับใจในวิธีการนวดมากกว่าส่วนประกอบของร้านและสถานที่ที่ให้

บริการ เนื่องจากมีทุนในการจัดการน้อย จึงบริการลูกค้าด้วยสถานที่ที่คับแคบ แตกต่างจากร้านที่มีทุนขนาดใหญ่ โดยลักษณะการประกอบธุรกิจจะต่างคนต่างทำ จึงทำให้ไม่เป็นจุดเด่นหรือจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว

ดังนั้นการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายที่มีอยู่บ้างแล้ว จึงน่าจะสามารถนำไปใช้ในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้บ้าง จึงควรจะศึกษาศักยภาพที่มีอยู่ของธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย เพื่อจะสามารถปรับปรุงจากธุรกิจบริการขนาดเล็กที่ทำขึ้นภายในครอบครัวให้เป็นธุรกิจบริการที่มีมาตรฐานสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายได้ และสามารถที่จะบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวอันจะนำมาซึ่งเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงราย

ระเบียบวิธีวิจัย

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาความคิดเห็นและความเข้าใจคำว่า“ศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการนวดแผนไทย” โดยศึกษาจากทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวต่างประเทศ และผู้ประกอบการ โดยประชากร ประกอบด้วย 3 กลุ่มคือ ผู้ประกอบการนวดแผนไทย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย การวิจัยนี้กำหนดพื้นที่เฉพาะจังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบด้วย 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในแต่ละอำเภอ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) และสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีขั้นตอนดังนี้

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) และสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสาร หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการนวด แผนไทย และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการนวดแผนไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มากำหนดเป็นประเด็นหลักในการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยดังกล่าว โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมดังนี้

1. แบบสอบถาม (Questionnaires) เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 3 ข้อที่ 4 และข้อที่ 5 ซึ่งใช้สำหรับสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทย

2. ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้แบบสอบถามร่วมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยแต่ใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวจำนวน 20 ราย

3. แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2 โดย นำผลของการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในคำถามวิจัยข้อที่ 3 ข้อที่ 4 และ ข้อที่ 5 มาสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการธุรกิจนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย โดยกำหนดการสนทนากลุ่ม จำนวน 2 ครั้ง โดยการประชุมครั้งที่หนึ่ง เพื่อขอความเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแบบสอบถาม และการประชุมครั้งที่สองเพื่อสรุปข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถาม ซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่ม มีดังนี้

3.1 กลุ่มผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

3.2 หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น สาธารณสุขจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวมรวมข้อมูลช่วงเวลาเดียว คือ เดือนกันยายน พ.ศ. 2548 โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และจัดประชุมกลุ่มย่อยผู้ประกอบการเพื่อปรับปรุงแบบสอบถามให้ตรงกับวัตถุประสงค์งานวิจัย หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปให้กลุ่มตัวอย่างตอบ จำนวน 400 ชุด และสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 20 ราย และทำการประมวลผลเพื่อจัดประชุมกลุ่มย่อยอีกครั้งเพื่อสรุปผลการสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูล การวิจัยเรื่องนี้ทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยศึกษาจากทัศนะของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการโดยจัดเก็บข้อมูลดังนี้

1. ประชากร(Population) ประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ

1. ผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงราย

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

2. กลุ่มตัวอย่าง ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม

1. ผู้ประกอบการ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงในแต่ละอำเภอของจังหวัด เชียงราย โดยวิธีการเชิญเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย

2. นักท่องเที่ยวชาวไทย ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยอ้างอิงสถิติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายในปี 2546 จำนวนทั้งสิ้น 467,517 คน (ไม่สามารถใช้ข้อมูลของปี 2547 ได้เนื่องจากข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังไม่มี) ซึ่งแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในครึ่งปีแรกจำนวน 211,456 คน ครึ่งปีหลังจำนวน 256,061 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากรโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของทาโรยามาเน (Yamane 1970 : 580-581) ด้วยความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 400 คน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างในจำนวนที่เท่ากัน ให้กับจำนวน 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างของแต่ละอำเภอเท่ากับ 22 ตัวอย่าง

3. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ (แบบสอบถาม) ที่ใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูล มีการดำเนินการสร้างตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการนวดแผนไทย เพื่อนำมาใช้สร้างแบบสอบถาม จากตำรา วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลทางอินเตอร์เนต

2. ขอบเขตของแบบสอบถามจะเกี่ยวข้องกับศักยภาพและความพร้อมในการทำธุรกิจ

3. รูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวมรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามซึ่งแบ่งออกเป็น

3.1 แบบสอบถามให้ผู้ตอบเลือกตอบ (Check list) เพียงข้อเดียวเป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ และการศึกษา

3.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวฯ ที่มีต่อศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้

1. การวิเคราะห์ความคิดเห็นในเรื่องศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ โดยใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยมัชฌิมเลขคณิตและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation หรือ S.D.)

2. การทดสอบความสัมพันธ์ของข้อมูลที่มีลักษณะเป็นความถี่ โดยใช้ค่าไคสแควร์

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้จากการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และจากผู้ประกอบการนวดแผนไทย ผลที่ได้รับสามารถนำไปปรับปรุงการดำเนินงานของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายได้เป็นอย่างดี โดยผลที่ได้ชี้ให้เห็นความต้องการของนักท่องเที่ยวและผลการบริหารงานของผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดความต้องการที่ตรงกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการ โดยปรากฏผลดังนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ผู้ที่มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.3 ระดับการศึกษา ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.3 อาชีพ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 34 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท นักท่องเที่ยวเคยรับบริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 62.8 นักท่องเที่ยวสนใจที่จะใช้บริการการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 88 นักท่องเที่ยวเคยใช้บริการการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายคิดเป็นร้อยละ 22

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านการใช้บริการนวดแผนไทย พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

จากการจัดประชุมเพื่อแสดงความคิดเห็นของผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย โดยมีผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายเข้าร่วมประชุมจำนวน 20 ราย และหน่วยงานราชการจำนวน 3 รายได้แก่ ตัวแทนจากสาธารณสุขจังหวัดเชียงราย ตัวแทนจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคเหนือเขต 2 และตัวแทนจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดเชียงราย ซึ่งจากการจัดประชุมได้สรุปความคิดเห็นโดยแบ่งเป็นประเด็นดังนี้

1. ศักยภาพและความพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ
2. ระดับความพร้อมในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. รูปแบบของการบริการการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย
4. ปัญหาของการประกอบธุรกิจการนวดแผนไทย
5. ข้อเสนอแนะในการประกอบการนวดแผนไทย

ประเด็นเรื่องศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ สามารถสรุปได้ดังนี้

นอกจากประเด็นปัญหาต่างๆ ที่ผู้ประกอบการได้อภิปรายกันนั้น ผู้วิจัยได้หยิบยกเอาเรื่องของศักยภาพและความพร้อมในตัวของผู้บริหารมาแสดงเป็นคำถามที่ผู้ประกอบการได้ทำการพูดคุยกัน โดยเจ้าหน้าที่จากสาธารณสุขจังหวัดเชียงรายได้แสดงความคิดเห็นว่า คำว่าศักยภาพในตัวของผู้ประกอบการเองสามารถมองได้จากผลงานที่ทำออกมา และดูจากภูมิประวัติของตัวผู้ประกอบการเอง ซึ่งจากผู้ประกอบการที่ได้

เข้าร่วมประชุม มีผู้ประกอบการบางรายมีความรู้ในระดับปริญญาและสามารถบริหารงานได้ดี แต่บางรายไม่ได้มีการศึกษาที่สูงนัก แต่อาศัยจากประสบการณ์ด้านการนวดที่ได้เรียนรู้มา ผู้ประกอบการบางรายยังเสนอแนวคิดที่ว่า ตัวผู้ประกอบการเองจะสามารถทำธุรกิจนวดแผนไทยนี้ได้ดียิ่งขึ้น ถ้าหน่วยงานทางราชการเข้ามาส่งเสริมบ้าง เช่น ในเรื่องของแหล่งเงินทุน การโฆษณาประชาสัมพันธ์จากสื่อของรัฐ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าอีกด้านหนึ่ง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่มีหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์ควรจะเข้ามาช่วยในเรื่องนี้ แต่จากการสอบถามจะพบว่าการท่องเที่ยวฯ จะประชาสัมพันธ์ให้กับธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและเข้าตามเงื่อนไขของการท่องเที่ยวเท่านั้น โดยมิได้มีหน้าที่ในการให้ความรู้กับผู้ที่ทำธุรกิจในด้านนี้ว่าจะต้องบริหารจัดการอย่างไร จึงจะมีโอกาสได้เข้าร่วมโฆษณาในวารสารของการท่องเที่ยวฯ

จากการอภิปรายในหัวข้อดังกล่าว จะพบว่า ตัวผู้ประกอบการเองมีความรู้ความสามารถที่จะทำธุรกิจการนวดแผนไทยอยู่ในระดับที่มากทีเดียว ซึ่งจะเห็นได้จากผลการสำรวจความพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นต่อผลการบริหารงานของผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการเหล่านี้สามารถตอบรับกับสิ่งเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ได้ตลอดเวลาและพยายามพัฒนาธุรกิจของตนเองอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ประกอบการรายเล็กจะขาดความพร้อมด้านแหล่งเงินทุน ที่แตกต่างจากธุรกิจโรงแรมที่มีบริการนวดแผนไทยอยู่ในโรงแรม หรือรีสอร์ทต่างๆ ที่มีบริการประเภทนี้อยู่ ซึ่งธุรกิจที่มีขนาดใหญ่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการจ่ายสูงเท่านั้น แต่จำนวนนักท่องเที่ยวอื่นๆ ไม่สามารถจ่ายได้ จะหันมาใช้บริการของผู้ประกอบการขนาดเล็กได้ ซึ่งประเด็นแหล่งเงินทุนจะเป็นปัญหาสำหรับการพัฒนาธุรกิจ แต่หากทางหน่วยงานของรัฐจะเข้ามาให้ความช่วยเหลืออย่างจริงจัง ก็จะทำให้ธุรกิจนี้สามารถสร้างเป็นจุดเด่นให้กับทางจังหวัดเชียงรายได้ แต่ในปัจจุบันผู้ประกอบการเป็นผู้บริหารจัดการแต่ฝ่ายเดียว ธุรกิจนี้จึงยังไม่มีความชัดเจนมากนัก

ประเด็นระดับความพร้อมในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

สืบเนื่องจากประเด็นเรื่องศักยภาพในตัวผู้ประกอบการเอง จะพบว่ามีความพร้อมในการบริหารงานเพื่อที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายได้ แต่จากประเด็นปัญหาที่ได้มีการอภิปรายกันนั้น สามารถสรุปได้ว่าระดับความพร้อมในเรื่องการบริหารจัดการซึ่งขึ้นอยู่กับตัวผู้ประกอบการเองมีความพร้อมในการบริหารมาก ยกเว้นความพร้อมในด้านของเงินลงทุนที่จะใช้ในการพัฒนาธุรกิจซึ่งอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งผู้ประกอบการรายเล็กๆ ไม่สามารถจะขยายทุนเพื่อการพัฒนาธุรกิจได้ ยกเว้นผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจรีสอร์ท เป็นต้น ในด้านบุคลากร ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าจะมีปัญหาด้านพนักงานนวดมาก เนื่องจากเมื่อพนักงานนวดมีความเชี่ยวชาญก็จะลาออกไปอยู่ที่อื่น หรือไปทำด้วยตนเอง จึงเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการต้องแก้ไขอยู่ตลอดเวลา

ประเด็นรูปแบบของการบริการการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

ผู้วิจัยได้สอบถามถึงรูปแบบการบริการที่จะสามารถสร้างเป็นจุดเด่นให้กับธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายที่นอกเหนือจากการนวดแบบคลายกล้ามเนื้อหรือกดจุดแบบทั่วๆ ไป โดยผู้กอบการนำเสนอว่าในจังหวัดเชียงรายจะมีวิธีการนวดที่เป็นแบบโบราณ และรูปแบบเฉพาะของชาวจังหวัดเชียงรายที่เรียกว่า การนวดแบบย่ำข่าง ที่สามารถนำเอามาเป็นรูปแบบ

การนวดที่จะเป็นจุดเด่นได้ดี นอกจากนั้น ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้นำเสนอในเรื่องการจัดการสถานที่นวด ว่าไม่จำเป็นที่จะต้องจัดในห้องแอร์หรือในอาคารที่หรูหราเสมอไป เพราะเรื่องของการนวดแผนไทยนั้น เน้นในเรื่องของความโปร่งสบาย ความจัดสถานที่โดยเน้นธรรมชาติให้มากที่สุด อย่างเช่น อบต.บางแห่งที่จัดทำการนวดอยู่แล้ว สามารถนำสถานที่ที่มีอยู่ทำการปลูกต้นไม้สร้างความร่มรื่น ใช้วัสดุจากธรรมชาติเป็นสิ่งปลูกสร้าง ก็จะสามารถสร้างความแตกต่างจากการนวดทั่วไปได้ด้วย อีกประการจังหวัดควรให้การส่งเสริมให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยวัสดุอุปกรณ์ แม้กระทั่งพนักงานนวดควรจะมาจากชาวจังหวัดเชียงรายโดยแท้ ทักทายปราศรัยด้วยคำเมือง ก็สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

จากการอภิปรายในรูปแบบดังกล่าว จะพบว่าที่ประชุมให้ความคิดเห็นในเรื่องรูปแบบการนวดควรจะนำเอารูปแบบของโบราณ ที่เรียกว่า การนวดแบบย่ำข่าง มาปรับใช้เพื่อสร้างเป็นจุดเด่น และทำการปรับปรุงสถานที่โดยเน้นในเรื่องของธรรมชาติ มีพนักงานที่เป็นชาวล้านนาทักทายกันแบบล้านนา เพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

ประเด็นปัญหาการประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย สรุปได้ดังนี้

1. เรื่องการขอใบอนุญาตมาตรฐานการประกอบการนวดแผนไทยจากสาธารณสุขจังหวัดยาก เนื่องจากสถานประกอบการนวดแผนไทยจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานของสาธารณสุขก่อนจึงจะได้ใบรับรองมาตรฐาน โดยวัดจากลักษณะของห้องนวดที่จะต้องโล่งโปร่ง และมีประตูที่ไม่สามารถปิดล็อคได้ การระบายอากาศ ความสะอาดของสถานบริการ การกำจัดขยะมูลฝอย ความสะอาดในเรื่องเสื้อผ้าที่ให้บริการ เทคนิคหรืออุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ การติดตั้งอุปกรณ์ป้องกันไฟไหม้ เวลาการเปิด-ปิดของสถานประกอบการ รวมถึงผู้นวดจะต้องผ่านการอบรมที่ได้รับการรับรองจากสาธารณสุขอีกด้วย อีกทั้งยังไม่ได้รับความชัดเจนด้านกฎเกณฑ์ของการได้รับการพิจารณา

2. เรื่องการจัดระบบระเบียบของธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากสถานประกอบการนวดแผนไทยส่วนใหญ่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวและผู้ใช้บริการทั่วไปโดยมีความรู้ในเรื่องของการนวดแผนไทยเท่านั้น ไม่มีความรู้ในเรื่องของการบริหารงาน ส่วนใหญ่จะเป็นร้านเล็กๆ ที่มีเงินลงทุนไม่มาก มีลักษณะการดำเนินงานแบบครอบครัว ทำให้การดำเนินงานเป็นไปแบบไม่มีระบบระเบียบและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากันเอง

3. เรื่องการขาดการประชาสัมพันธ์ให้สถานประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4. เรื่องการลาออกของพนักงานนวดสูงมากเนื่องจากพนักงานนวดส่วนใหญ่เมื่อมีประสบการณ์มากขึ้น ก็จะลาออกเพื่อไปทำงานในภาคใต้ เช่น ภูเก็ต พังงา กระบี่ เป็นต้น เนื่องจากได้รับค่าจ้างสูงกว่า

5. เรื่องการขาดการจัดรูปแบบร้านให้มีเอกลักษณ์ของความเป็นล้านนา

6. เรื่องเงินลงทุนของสถานประกอบการนวดแผนไทย เนื่องจากสถานประกอบการส่วนใหญ่มีเงินลงทุนน้อยจึงต้องการกู้เงินจากแหล่งเงินกู้ แต่เมื่อยื่นเรื่องกู้เงินกับแหล่งเงินกู้ต่างๆ แล้วมักจะไม่ได้รับการอนุมัติเงินกู้ ทำให้เกิดปัญหาเรื่องการดำเนินงาน

7. เรื่องภาษีป้าย มีราคาสูงขึ้น ทำให้สถานประกอบการขนาดเล็กต้องรับภาระค่าใช้จ่ายสูง จึงทำให้ต้องลดขนาดของป้ายลงทำให้ป้ายมีขนาดเล็ก มองเห็นไม่ชัดเจน

8. เรื่องการประสานงานระหว่างสถานประกอบการและหน่วยงานราชการ เนื่องจากสถานประกอบการส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการขนาดเล็กที่มีการประกอบธุรกิจแบบครอบครัว จึงเห็นว่าการติดต่อกับหน่วยงานราชการเป็นเรื่องยาก

ประเด็นข้อเสนอแนะในการประกอบการนวดแผนไทย มีดังนี้

จากการขอความคิดเห็นเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาต่างๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ควรมีการจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการนวดแผนไทยขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้มแข็งและสามารถต่อรองกับภาครัฐได้

2. อยากให้ส่วนราชการเข้ามาช่วยจัดระบบระเบียบของธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อมิให้เกิดการแย่งลูกค้ากันเอง

3. ควรมีการร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการและส่วนราชการเพื่อประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจการนวดแผนไทยเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4. ควรมีการจัดอบรมมาตรฐานการให้บริการนวดแผนไทยจากส่วนราชการ ในด้านการนวด ด้านมารยาทการนวด และภาษา เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

5. ส่วนราชการควรเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องการสนับสนุนด้านเงินลงทุนให้มากขึ้น เพื่อให้สถานประกอบมีเงินลงทุนเพียงพอในการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

6. ควรมีการส่งเสริมให้สถานประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย มีการจัดร้านแบบล้านนา โดยใช้วัสดุที่หาได้ง่าย ราคาไม่แพง และจัดร้านให้โล่ง โปร่ง สามารถมองเห็นจากด้านนอกได้อย่างชัดเจน เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่ามีธุรกิจอื่นแอบแฝง

7. อยากให้มีการลดภาษีป้ายลง หรือให้ส่วนราชการหาทางแก้ปัญหาในเรื่องของ การประชาสัมพันธ์ของสถานประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

8. ตัวแทนจากสาธารณสุขจังหวัดเชียงรายได้เสนอแนะให้ผู้ประกอบการแต่งกายแบบพื้นเมือง เช่นอาจจะใส่เสื้อม่อฮ่อม เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์และติดตาลูกค้า อีกทั้งยังให้ข้อเสนอแนะในเรื่องของการใช้ท่านวด และการแต่งกายของพนักงานนวดไม่ให้เป็นแบบเร้าอารมณ์ทางเพศ

การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องศักยภาพและความพร้อมการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ในเรื่องของศักยภาพและความพร้อมการนวดแผนไทยของผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงรายสรุปได้ดังนี้

1.1 ความรู้ความสามารถเกี่ยวกับการนวดแผนไทย ผู้ประกอบการนวดแผนไทยมีความรู้ความสามารถในด้านการนวดเป็นอย่างดี

1.2 ผู้ประกอบการนวดมีทำเลที่ตั้งเหมาะสำหรับการให้บริการนักท่องเที่ยวที่จะมาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ที่มีสถานประกอบการทั้งของเอกชนและส่วนปกครองท้องถิ่น (อบต.) บางแห่งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวและที่พักอาศัย ทำให้เกิดความสะดวกกับนักท่องเที่ยวในการมาใช้บริการ

1.3 สถานประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายมีความโดดเด่นในเรื่องของการให้บริการของพนักงานนวด ที่มีความรู้ความสามารถ และทักษะในการนวดแผนไทยอยู่ในระดับที่ทำให้ลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศประทับใจ อีกทั้งยังมีอัธยาศัยไมตรีมีความเป็นกันเอง ยิ้มแย้มแจ่มใจ ไม่เอารัด

เอาเปรียบลูกค้า รวมทั้งมีการนำสมุนไพรพื้นบ้านมาให้บริการร่วมกับการนวดอีกด้วย

1.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจในด้านราคาค่าบริการ เนื่องจากได้รับการเปรียบเทียบราคากับสถานประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดทางภาคใต้

1.5 สถานประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่มีการให้บริการนักท่องเที่ยวโดยสามารถให้บริการนอกสถานที่ได้ เช่น ถ้านักท่องเที่ยวพักอยู่ที่โรงแรมก็สามารถเรียกให้พนักงานนวดไปให้บริการที่โรงแรมได้ เป็นต้น

1.6 ในสถานประกอบการบางแห่งมีการวางระบบและออกแบบให้มีขั้นตอนที่อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมาก แต่บางแห่งไม่สามารถที่จะจัดให้เป็นระบบระเบียบได้ เนื่องจากเจ้าของไม่ได้ทำการบริหารด้วยตนเองแต่ให้พนักงานบริหารแทน

1.7 สิ่งอำนวยความสะดวกในสำนักงานในสถานประกอบการบางแห่งที่มีเงินทุนดำเนินงานจะจัดสภาพของอาคาร ทำเลที่ตั้ง ที่สะอาดสะดวก สร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและสร้างความเชื่อมั่นในการใช้บริการได้

2. ในเรื่องระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการนวดแผนไทยของผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายด้านการให้บริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะมีความพึงพอใจในด้านต่างๆ อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก

3. ในเรื่องความต้องการรับบริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยว ความคิดเห็น และความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการและรูปแบบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายให้ความสำคัญมากกับการบริหารจัดการด้านการให้ความสำคัญแก่ลูกค้า คุณภาพด้านฝีมือการนวด ชื่อสถานประกอบการที่บ่งบอกว่าเป็นสถานบริการนวดแผนไทย ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของพนักงาน ความรวดเร็วในการให้บริการ รองลงมาคือระดับปานกลาง ได้แก่ เวลาเปิดทำการ การแสดงใบอนุญาตของสถานประกอบการ ความพร้อมด้านเครื่องมือ การจัดตกแต่งร้านที่เป็นระเบียบและสวยงาม และอุปกรณ์ภายในร้านมีความทันสมัย สะอาดเหมาะกับงาน

4. ในเรื่องรูปแบบของการให้บริการนวดแผนไทย ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนั้นสรุปว่าสถานประกอบการนวดแผนไทยควรได้รับมาตรฐานรับรองจากหน่วยงานราชการ และควรมีป้ายการได้รับมาตรฐานจากสาธารณสุขตั้งให้เห็นอย่างเด่นชัด รวมทั้งต้องการให้มีการจัดตกแต่งร้านแบบล้านนา พนักงานนวดควรแต่งกายสื่อถึงความเป็นล้านนาที่สุภาพ มีอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรไว้บริการขณะรอมีห้องนวดให้เลือกทั้งแบบส่วนตัวและแบบรวม ควรมีการนวดบำบัดหรือรักษาเฉพาะที่ เป็นต้น

ส่วนในเรื่องของปัญหาที่เกิดขึ้นของสถานประกอบการนวดแผนไทย ได้แก่ เรื่องการจัดหน้าร้านที่ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าใจผิดว่ามีการบริการทางเพศแอบแฝง เรื่องการจัดระบบระเบียบของสถานประกอบการนวดแผนไทย ซึ่งทำให้เกิดการแย่งลูกค้ากันเอง เรื่องของเงินลงทุนต่ำ เรื่องของการประสานงานระหว่างสถานประกอบการนวดแผนไทยกับหน่วยงานราชการ ทำให้มีข้อเสนอแนะในการประกอบการนวดแผนไทย ดังนี้

1. จัดตั้งชมรมนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายขึ้น

2. ควรมีการร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการและส่วนราชการเพื่อประชาสัมพันธ์

ให้ธุรกิจการนวดแผนไทยเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3. ควรมีการจัดอบรมมาตรฐานการให้บริการนวดแผนไทยจากส่วนราชการ ในด้านการนวด ด้านมารยาทการนวด และภาษา เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

4. มีการจัดร้านแบบล้านนา โดยใช้วัสดุที่หาได้ง่าย ราคาไม่แพง และจัดร้านให้โล่ง โปร่ง สามารถมองเห็นจากด้านนอกได้อย่างชัดเจน เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่ามีธุรกิจอื่นแอบแฝง

5. ศึกษาหรือค้นหารูปแบบการนวดที่เป็นภูมิปัญญาของชาวล้านนาโดยแท้ เช่น การย่ำข่าง หรืออื่นๆ เพื่อสร้างความแตกต่างในรูปแบบการนวด

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีการบริหารจัดการ และจากผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้เป็นไปในแนวทางเดียวกันว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านการนวดแผนไทยที่จะสามารถส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาที่ดีขึ้น ทุกฝ่ายต้องร่วมมือกัน เพื่อให้เกิดมาตรฐานที่ชัดเจน ก่อให้เกิดความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามารับบริการ

บรรณานุกรม

คณาจารย์ภาควิชาการจัดการ. **หลักการจัดการ.** เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยพายัพ, 2546.

ดารา ทีปะปาล. **การสื่อสารการตลาด.** กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์, 2541.

ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท และสุนี เลิศแสวงกิจ. **ธุรกิจเบื้องต้น.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วังอักษร, 2543.

ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล. **หลักการจัดการ.** กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, 2546.

มานพ สวามิชัย. **หลักการจัดการ.** กรุงเทพฯ : ศูนย์ตำราอาจารย์นิมิตร จิวะสันติการ, 2539.

วีรวุธ มาฆะศิรานนท์. **คู่มือวิธีควานหาลูกค้าคาดหวัง.** กรุงเทพฯ : ธีระป้อมวรรณกรรม, 2544.

ศิริกุล เลากัยกุล. **สร้างแบรนด์.** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรินทร์, 2546.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิลม์ และไซเท็กซ์ จำกัด. 2541.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. **หลักการตลาด.** กรุงเทพฯ : บริษัทสำนักพิมพ์ท้อป จำกัด. 2547.

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. **ธุรกิจนวดแผนไทย.** กรุงเทพฯ : P2 Design& Print Co.,Ltd. 2547.

เสรี วงษ์มณฑา. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพฯ : บริษัทธีระฟิลม์ และไซเท็กซ์ จำกัด. 2542.

สุวิช แย้มเผื่อน. **หลักการจัดการ.** กรุงเทพฯ : ศูนย์ตำราอาจารย์นิมิตร จิวะสันติการ, 2540.

สุดสงวน ค้ำคูณ. **ปัจจัยที่มีสัมพันธ์กับการใช้บริการการนวดไทยในคลินิกการแพทย์แผนไทย อำเภอดอยสะเก็ด** จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

อุดม อุดมวรรธน์กุล. **การถ่ายทอดการนวดแผนไทยบ้านป่าบง.** วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

ชรินทร์ วรกุลกิจกำธร. **แนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาการนวดแผนไทยให้เป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยว.** การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

ชินวัฒน์ อรรถเวทิน. **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

สุชาวลี สุทธิคนึง. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคชาวไทยในการเลือกใช้บริการนวดแผนโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มช, 2542.

ผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสังคมและวัฒนธรรม ในชุมชนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

Socio-cultural Impacts of Tourism Development in Chiangrai Province

บุษบา สิทธิการ
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

Bussaba Sitikarn
Mae Fah Luang University

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งครอบคลุมถึงสถานการณ์การท่องเที่ยว บทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีในการพัฒนาการท่องเที่ยว ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยว และความคิดเห็นของชุมชนและนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่เกิดจากท่องเที่ยว การดำเนินการศึกษาใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การประเมินชุมชนแบบมีส่วนร่วม การประชุมกลุ่มย่อยกับกลุ่มภาคีการท่องเที่ยว การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และแบบสอบถาม สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยสุ่มตัวอย่างจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในพื้นที่แบบไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Non Probability Sampling Method) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ สถิติพรรณนาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ และโปรแกรมการวิเคราะห์ทางสถิติทางสังคมศาสตร์ (SPSS) สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ 3 พื้นที่ที่เป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่อปีในระดับสูง ปานกลาง และต่ำ ตามลำดับคือบ้านหาดไคร้ หมู่ 7 ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ บ้านสันตคีรี หมู่ 1 ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง และบ้านราษฎร์ภักดี หมู่ 10 ตำบลตับเต่า อำเภอเทิง

จากการศึกษา พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและศิลปวัฒนธรรมเกิดขึ้นทั้งในด้านบวกและด้านลบในพื้นที่ท่องเที่ยวได้แก่ การเพิ่มรายได้ สร้างอาชีพ และการศึกษาเรียนรู้ของชาวบ้าน ส่วนด้านลบคือการเปลี่ยนแปลงของศิลปวัฒนธรรม สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่พบว่า มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยขาดการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการพัฒนา การท่องเที่ยว และความร่วมมือระหว่างภาคีการท่องเที่ยวในพื้นที่ นอกจากนั้น ในปัจจุบันศักยภาพของการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ลดลงเนื่องจากความเสื่อมโทรมของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ และข้อจำกัดของงบประมาณและนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ต่อเนื่อง

ด้านการจัดการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าต้องปรับปรุงคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กับการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมนันทนาการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวให้หลากหลายและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อสภาพสังคม

และวัฒนธรรมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นปัจจัยทางการท่องเที่ยวที่สำคัญและน่าสนใจที่ควรต้องอนุรักษ์เอาไว้ นอกจากนั้นนักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่ประทับใจต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่แสดงออกโดยการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว เช่น การตักตวงผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวและความไม่จริงใจในการให้บริการ

แต่อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นนั้นอาจเกิดขึ้นตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ จึงไม่สามารถสรุปได้ว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีสาเหตุมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ดังนั้นเพื่อป้องกันผลกระทบทางลบที่อาจเกิดขึ้นได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อบริบททางสังคมและศิลปวัฒนธรรมของชุมชน การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและโอกาสการมีส่วนร่วมของชุมชน ให้ความรู้ความเข้าใจในหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน รวมทั้งส่งเสริมการกระจายรายได้ให้เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมในกลุ่มภาคีการท่องเที่ยว

Abstract

This study aimed to investigate socio-cultural impacts of tourism development in Chiangrai province, Thailand. To achieve the objective of the study, the related issues were examined including the current situation of tourism, roles of stakeholders, visitors' opinions on tourism management and local communities' views toward socio-cultural impacts of tourism development. The methodologies adopted for data collection were: semi-structured interviews, participatory rural appraisal and focus groups with local residents and other stakeholders; participant observation; and self-completion visitor surveys by using non probability sampling method. Descriptive statistics was used for content analysis and Statistic Package of Social Science (SPSS) was employed for data analysis of visitor survey.

Three case studies were selected based on visitors' numbers per year from high, medium and low levels as follow: Ban Hard Krai in Chiang Khong District; Ban Santakiri in Mae Fah Luang District and; Ban Raj-Pakdee in Thueng District.

The findings revealed that tourism had caused both positive and negative impacts on the host communities. It was on one hand perceived as a contributor to the locals' income generation and distribution and indirectly helped to increase more education opportunities for the locals. But on the other hand, it caused negative impacts on socio-culture of the host communities, which in the locals' views was not important in comparison with the economic benefit gains. Tourism situation in Chiangrai province was determined as the tourism that responses to the visitor's demand and being operated based on the natural and cultural resources in the destinations. The study also revealed a lack of local participation in all stages of tourism development as well as cooperation amongst stakeholders in tourism development processes. In addition, tourism potentials seemed to be decreased due to the deterioration of tourism resources, lack of budget and uncontinuously policy of involved stakeholders and its implementation.

From visitor's point of view, in addition to an improvement in quality of destinations, tourist's recreation opportunities and tourist activities should be created to attract more visitors. The study also indicated that social and cultural aspects of the host communities were the most interesting attractions that need to be conserved. Most visitors were unsatisfied with

the situation that they were taken economically advantages and dishonest behavior of the people in service sector. The study suggested that due to the socio-economic development plans of the country, tourism may not be concluded as an agent of socio-cultural changes in the host destinations. Promotion of people participation in tourism development process, education on sustainable tourism management, development with recognition of local context, fair income distribution among stakeholders and empowerment of local communities were essential issues that need to be concentrated in development of tourism in order to mitigate or prevent negative impacts of tourism development.

คำนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อระบบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยถูกกำหนดให้เป็นอุตสาหกรรมที่มีการลงทุนน้อยที่สุดที่สามารถช่วยแก้ไขวิกฤตการทางเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนาและขยายตัวของการท่องเที่ยวจึงได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและเอกชนทั่วประเทศ ดังนั้นนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของรัฐบาลได้สนับสนุนให้การพัฒนาการท่องเที่ยวมีลักษณะ และรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานให้สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น โดยมีเป้าหมายเรื่องผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเป็นหลัก จากสภาพการณ์ดังกล่าว ได้ก่อให้เกิดผลทางความเจริญด้านวัตถุและเทคโนโลยี แต่ในขณะเดียวกันมีผลกระทบต่อชุมชน วิถีการดำรงชีวิต สังคมและศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนสภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เสื่อมถอยและมีแนวโน้มไปในทิศทางลบเพิ่มขึ้นทุกวัน หากไม่มีการแก้ไข หรือป้องกันผลกระทบดังกล่าวอาจมีผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่ได้รับความนิยมอีกต่อไป

จังหวัดเชียงรายก็เป็นเป้าหมายหนึ่งของการพัฒนาให้เป็นพื้นที่ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ เพราะเชียงรายเป็นเมืองชายแดนเชื่อมต่อไปยังกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงอีกทั้งมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว และเชียงรายมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชนเผ่าและวัฒนธรรมชาวเหนือ ประกอบกับทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน ทำให้เชียงรายเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ

ดังนั้น จึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งต่อการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายในสภาพปัจจุบันว่าการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนการท่องเที่ยวหรือไม่ และหรืออย่างไร เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนในจังหวัดเชียงรายให้มีความเหมาะสม สามารถเอื้อประโยชน์ต่อการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ควบคู่กับการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปวัฒนธรรม อันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และการอนุรักษ์ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ชุมชนเป็นเจ้าของเพื่อความต่อเนื่องของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวในชุมชนที่ศึกษา
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาบทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีในการพัฒนาการท่องเที่ยว

4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยว

5. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของชุมชนและนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่เกิดจากท่องเที่ยว

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่พื้นที่ตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย 3 แห่ง ตามศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่กำหนดโดยจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยในแต่ละปีในระดับสูง ปานกลาง และต่ำ ตามลำดับคือบ้านหาดไคร้ หมู่ 7 ตำบลเวียง อำเภอเชียงของ บ้านสันตคีรี หมู่ 1 ตำบลแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง และบ้านราษฎร์ภักดี หมู่ 10 ตำบลตับเต่า อำเภอเทิง

ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครอบคลุมประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. บริบททางสังคมและวัฒนธรรมดั้งเดิมของแต่ละพื้นที่ศึกษา โดยครอบคลุมสภาพสังคม ความ สัมพันธ์ทางสังคม ประเพณีและวัฒนธรรม รวมทั้งวิถีการดำเนินชีวิตดั้งเดิมของชุมชน

2. สถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา ได้แก่ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน บทบาทของผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมทั้งปัญหาอุปสรรคในการจัดการท่องเที่ยว

3. ทัศนคติและความคิดเห็นของชาวบ้านนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชน

4. การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน จากการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมทั้งท่าทีของชาวบ้าน และนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบที่เกิดขึ้น โดยศึกษาการเปลี่ยนแปลงในแง่ของความสัมพันธ์ทางสังคม ระบบการแลกเปลี่ยนในชุมชน การแต่งกาย รูปแบบอาคารสิ่งก่อสร้างรูปแบบการบริโภค ประเพณีและความเชื่อ และอาชีพหลัก

ขอบเขตด้านประชากร แบ่งตามเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ชาวบ้านที่อาศัยในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แห่ง เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งในระดับท้องถิ่น อำเภอ จังหวัด และระดับภาค ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ สำนักงานการท่องเที่ยวและนันทนาการจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา ทั้ง 3 แห่ง

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

นอกจากข้อทุติยภูมิที่ได้จากห้องสมุดและสำนักงานส่วนราชการที่เกี่ยวข้องแล้ว การดำเนินการศึกษาใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การประเมินชุมชนแบบมีส่วนร่วม การประชุมกลุ่มย่อย กับชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ สถิติพรรณนา

ในส่วนของแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ที่เข้าไปท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวนพื้นที่ละ 100 ตัวอย่างโดยสุ่มตัวอย่างแบบไม่เป็นไปตามโอกาสทางสถิติ (Non Probability Sampling Method) ในแบบสอบถามใช้การผสมผสานรูปแบบคำถามคือมาตราส่วนวัด (Rating Scale) ใน 5 ระดับตัวเลือก ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด แบบเลือกตอบ (checklist) และคำถามปลายเปิดแบบให้อธิบาย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม

การวิเคราะห์ทางสถิติทางสังคมศาสตร์ (SPSS) โดยใช้ค่าร้อยละ (percentage) และค่าเฉลี่ย (mean)ในการอธิบายผลการศึกษา

ผลการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก คือ สถานการณ์การท่องเที่ยว บทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีในการพัฒนาการท่องเที่ยว ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยว และความคิดเห็นของชุมชนและนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนที่เกิดจากท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาสรุปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้

1) สถานการณ์การท่องเที่ยวในชุมชน

สถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ มีรูปแบบการท่องเที่ยวแตกต่างกัน แต่โดยพื้นฐานอาศัยทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เป็นจุดประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวจากการศึกษามีรายละเอียด ดังนี้

- **บ้านหาดไคร้** มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นประเพณีการจับปลาบึก การชมทิวทัศน์แม่น้ำโขง และรายการอาหารจากทรัพยากรของแม่น้ำโขง ที่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวระยะสั้น นักท่องเที่ยวไม่นิยมพักค้างแรมในพื้นที่ยกเว้นในช่วงเทศกาลการล่าปลาบึก เนื่องจากการสนับสนุนจากภาครัฐต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่มีความต่อเนื่องทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะช่วงประเพณีล่าปลาบึก ประกอบกับภาวะปัญหาการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคและการลดลงของจำนวนปลาบึกในแม่น้ำโขง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมีจำนวนลดลง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่ใช้บ้านหาดไคร้เป็นทางผ่านไปยังประเทศลาวกลับมีจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็ว

- **บ้านสันติคีรี** รูปแบบการท่องเที่ยวเน้นการประชาสัมพันธ์ทิวทัศน์ที่สวยงามของดอกนางพญาเสือโคร่งหรือซากุระเมืองไทยที่ขึ้นอยู่เต็มพื้นที่ สภาพอากาศหนาวเย็นและสภาพภูมิทัศน์ของพื้นที่ภูเขาสลับซับซ้อน รวมทั้งการส่งเสริมธุรกิจใบชาของชาวบ้านให้เป็นสินค้าท่องเที่ยวที่มีชื่อ ประกอบกับลักษณะทางชนชาติที่กลมกลืนกับความทันสมัย การลงทุนด้านที่พักในพื้นที่ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทำให้การท่องเที่ยวมีทั้งเป็นการท่องเที่ยวระยะยาวและสั้น อย่างไรก็ตามปัจจุบันการแข่งขันทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ มีผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

- **บ้านราษฎร์ภักดี** มีรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะของการรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวนอุทยานแห่งชาติภูชี้ฟ้า โดยเน้นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทั้งนี้เนื่องจากเป็นพื้นที่ทางผ่านไปภูชี้ฟ้า และขาดการประชา สัมพันธ์ทำให้พื้นที่ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร จึงมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชนเผ่าน้อย

2) ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ในด้านผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวนั้น พบทั้งผลกระทบในด้านบวกและด้านลบในพื้นที่ ศึกษาทั้งสามแห่ง โดยผลกระทบทางด้านบวก ได้แก่ ผลกระทบด้านรายได้และอาชีพ เนื่องจากในภาพรวมการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้ชุมชน สร้างงานสร้างอาชีพโดยเฉพาะด้านการบริการทางการท่องเที่ยว รวมทั้งผลกระทบจากการพัฒนาสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ และผลกระทบที่สืบเนื่องจากความเจริญจากการท่องเที่ยว ทั้งในด้านการศึกษาเรียนรู้ต่างๆ

ส่วนผลกระทบในด้านลบ ได้แก่ ความสัมพันธ์ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปจากการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันของชุมชน เป็นการเอาตัวรอดและเอาเปรียบซึ่งกันและกันเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจส่วนตัว ที่ก่อให้เกิดลักษณะของสังคมที่ไร้ระเบียบ นอกจากนั้นยังเกิดการกระจายรายได้ที่กระจุกอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีอำนาจทางการเงินและมีอิทธิพลในพื้นที่ ทำให้ชาวบ้านทั่วไปได้รับส่วนแบ่งที่ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบการตลาด ที่มีการแลกเปลี่ยนด้วยเงินและมีค่าครองชีพที่สูงขึ้น เช่นเดียวกันกับผลกระทบต่อศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิม ที่ถือเป็นเครื่องกล่อม-เกลาจิตใจของชาวบ้านให้อยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างปกติสุข อันเกิดจากการยอมรับวัฒนธรรมต่างถิ่นปฏิเสธศิลปวัฒนธรรมและความเชื่อดั้งเดิม ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวจึงส่งผลกระทบในด้านลบต่อสภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

แต่อย่างไรก็ตามผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นตามกระบวนการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ที่เกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมต่างถิ่น จากการพัฒนาความเจริญด้านสาธารณูปโภคและการติดต่อสื่อสารกับสังคมภายนอก ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่จึงถือเป็นสถานการณ์ที่กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ของชุมชนกับสังคมภายนอกให้เร็วยิ่งขึ้น

3) บทบาทการมีส่วนร่วมของภาคีในการพัฒนาการท่องเที่ยว

สำหรับบทบาทของภาคีในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่บ้านหาดไคร้และบ้านสันติคีรีมีความชัดเจนมาก ทั้งในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ องค์กรชุมชน เครือข่ายทางการท่องเที่ยวและชาวบ้านเอง แต่อย่างไรก็ตามบทบาทของชุมชนยังอยู่ในระดับล่าง เป็นเพียงผู้รับจ้างหรือให้บริการด้านการท่องเที่ยว ในขณะที่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่ก็ยังคงอยู่ในกลุ่มผู้ประกอบการและชาวบ้านที่มีความสามารถและศักยภาพในการลงทุน ส่วนบทบาทของภาคีในพื้นที่บ้านราษฎร์ภักดียังอยู่ในขั้นตอนการวางแผนพัฒนาพื้นที่เพื่อดึงส่วนแบ่งจากการท่องเที่ยวในพื้นที่วนอุทยานฯ ของแกนนำชาวบ้าน

4) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการการท่องเที่ยว

ในประเด็นความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ สรุปได้ว่าบ้านสันติคีรีและบ้านหาดไคร้มีการจัดการด้านสถานที่ที่เหมาะสมมาก ส่วนพื้นที่วนอุทยาน-แห่งชาติภูชี้ฟ้ามีการจัดการด้านสถานที่ที่เหมาะสมในระดับปานกลาง ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านบุคลากรนั้นพบว่ามีการจัดการได้เหมาะสมในระดับมากในทุกพื้นที่ซึ่งต่างจากความคิดเห็นต่อการจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งนักท่องเที่ยวเห็นว่าบ้านสันติคีรีมีการจัดการที่เหมาะสมมากกว่าพื้นที่อื่นๆ จากความคิดเห็นดังกล่าว สรุปได้ว่าศักยภาพทางการท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ และยังขาดความพร้อมในด้านสถานที่ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยว รวมทั้งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพัฒนาจากจุดเด่นของพื้นที่ให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ทั้งนี้ในปัจจุบันพื้นที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงเน้นการประชาสัมพันธ์การท่อง-เที่ยวโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว แต่ขาดกิจกรรมการท่องเที่ยวรองรับ ที่จะสามารถสร้างวงจรการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนได้

5) ความคิดเห็นของชุมชนและนักท่องเที่ยวต่อผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดจาก การท่องเที่ยว

ชุมชนมีความคิดเห็นในแง่บวกต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาความเจริญความทันสมัย สาธารณูปโภคและการสร้างรายได้ ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมนั้น ชุมชนเห็นว่าเป็นเรื่องปกติที่ต้องเกิดขึ้นหากมีการติดต่อกับสังคมภายนอก โดยยากที่จะอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมให้ปรากฏในรูปแบบเดิม แต่ต้องพยายามรักษาไม่ให้สูญหายไปด้วย การนำความทันสมัยและวัฒนธรรมต่างถิ่นเข้ามาใช้ผสมผสานกับศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมให้เหมาะสม ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นจะมากน้อยขึ้นอยู่กับชุมชนเองที่จะยอมรับหรือป้องกันและจัดการกับการเปลี่ยนแปลงนั้นได้มากน้อยเพียงไร

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงมีความประทับใจต่อสภาพสังคมที่เรียบง่ายและศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่เปลี่ยนแปลงไปจนเกิดลักษณะเฉพาะที่มีความกลมกลืนระหว่างประเพณีดั้งเดิม และความทันสมัย รวมทั้งต้องการให้มีการรักษาศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ ไม่ให้ความทันสมัยและวัฒนธรรมต่างถิ่นกลืนไปจนไม่เหลือเค้าของสภาพทางสังคมและศิลปวัฒนธรรมเดิม แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ประทับใจต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในแง่ความมีน้ำใจและการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการตักตวงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากนักท่องเที่ยวจนเกินควร และความไม่จริงใจในการให้บริการของพนักงานขับรถรับจ้าง

การอภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้นอยู่กับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ขาดความพร้อมในด้านสถานที่และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะสามารถสร้างวงจรการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนได้

ในด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยวนั้น การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนดาบสองคมคือสร้างงาน สร้างรายได้ ให้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว แต่ในขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบเช่นค่าครองชีพที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงวิถีและรูปแบบการดำรงชีวิต ซึ่งนำไปสู่ความไร้ระเบียบของสังคม ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมาของ ระพีพรรณ ทองห่อและคณะ (2545) (เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่เป็นผลมาจากการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาจังหวัดน่าน) ว่าการท่องเที่ยวได้ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของชุมชนที่ชัดเจนมากที่สุด โดยทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น ชาวบ้านมีอาชีพใหม่จากการท่องเที่ยวนอกเหนือจากการประกอบอาชีพการเกษตร เช่นเดียวกันกับการศึกษาของสุรีย์ บุญญานุพงศ์ (2543) เรื่อง ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอน และการศึกษาของจีรพร ศรีวัฒนานุกูลกิจ (2544) เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวในกลุ่มชุมชนชาวเขา ในพื้นที่จังหวัดเชียงรายบริเวณเส้นทางท่องเที่ยวในลุ่มน้ำกก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ในประเด็นของผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดอัตราการขยายตัวของการผลิตขั้นตติยภูมิ(ภาคการบริการ) ทำให้ประชากรในภาคบริการมีรายได้เพิ่มขึ้น จากอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งมีผลต่อระบบการผลิต การลงทุนและการตลาด โดยจะเห็นได้ว่าการศึกษาที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น ส่วนใหญ่สรุปไว้เฉพาะในแง่ดีของผลประโยชน์ที่ได้รับในรูปของรายได้ของประชาชนที่เพิ่มขึ้น ตลอดจนการมี

อาชีพเสริมจากการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในครั้งนี้ว่าชุมชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นในแง่บวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นเนื่องจากได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ดังกล่าว แต่อย่างไรก็ตามสุรีย์ (อ้างแล้ว) และ เกริกเกรียติ พิพัฒนเสรีธรรม (2530) ได้อธิบายถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ที่นอกจากจะส่งผลในด้านบวกแล้ว ยังอาจทำให้เกิดผลกระทบในแง่ลบได้โดยการเกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเฉพาะในชุมชนที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวและในกลุ่มผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่านั้น ตลอดจนการใช้ทรัพยากรที่ดินจำนวนมากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ที่อาจมีผลต่อสภาพธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กอปรกับการกระจายรายได้ที่เกิดขึ้นมักกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มนักลงทุนและผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจดีอยู่แล้ว ปรากฏการณ์ดังกล่าวจึงส่งผลให้ค่าครองชีพในชุมชนสูงขึ้นจนมีผลต่อผู้ที่มีรายได้น้อย ชุมชนในท้องถิ่นก็มักไม่มีส่วนร่วมในการจัดการ และได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น ทำให้ประชาชนที่มีรายได้ต่ำ และปานกลาง ใช้ชีวิตอยู่ได้อย่างยากลำบากขึ้นกว่าเดิม

ดังนั้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องนำฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้รองรับการพัฒนาเพื่อไม่ให้กระทบต่อชุมชนท้องถิ่น ตลอดจนความสามารถในการรองรับของท้องถิ่นทั้งในด้านสินค้าท่องเที่ยว การบริการและผลิตภัณฑ์ ที่อาจมีผลให้ต้องนำสินค้าจากที่อื่นมาใช้และก่อให้เกิดรายจ่ายที่ไม่เกิดประโยชน์กับคนในท้องถิ่น เช่นเดียวกันกับข้อสังเกตของ ขวัญสรวง อติโพธิ์ (2530) ที่ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) ที่มุ่งเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างไม่จำกัด มักส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งในด้านวัฒนธรรมและสังคม ตลอดจนทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดความเสื่อมโทรม เนื่องจากเป้าหมายของการท่องเที่ยวเพียงเพื่อการชมและสัมผัสกับสิ่งที่แตกต่างจากวิถีชีวิตเดิมของตน หากแต่ไม่ได้ช่วยระวังอนุรักษ์และรักษาสิ่งเหล่านั้นให้คงอยู่ ทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวและเจ้าของพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้มีการรักษาศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ไม่ให้ความทันสมัยและวัฒนธรรมต่างถิ่นกลืนไปจนไม่เหลือเค้าของสภาพทางสังคมและศิลปวัฒนธรรมเดิม เนื่องจากนักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ประทับใจต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นซึ่งได้ส่งผลต่อการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการตักตวงผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากนักท่องเที่ยวจนเกินควร และความไม่จริงใจในการให้บริการของพนักงานภาคการบริการ

นอกจากนี้ผลการศึกษายังได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ผ่องพันธุ์ มณีรัตน์ (2521) และ สนิท สมัครการ (2525) ที่กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมนั้นเกิดขึ้นจากการติดต่อระหว่างสังคมและวัฒนธรรมโดยตรงหรือโดยอ้อม อาจเกิดจากการสร้างขึ้นใหม่หรือจากการลอกเลียนจากวัฒนธรรมอื่น นำมาปรับใช้ภายในสังคมของตนเอง ทั้งนี้การหยิบยืมจากต่างถิ่นนั้น อาจได้มาโดยทางตรงจาก การติดต่อพบปะกัน การเผยแพร่ศาสนา การค้าขาย การติดต่อสื่อสาร และการท่องเที่ยว ส่วนการรับมาโดยทางอ้อมนั้นผ่านสื่อที่ไม่ใช่ตัวคน เช่น จากโทรทัศน์ วิทยุ และภาพยนตร์ต่างๆ สำหรับกระแสค่านิยมหรือการกระทำที่ก่อให้เกิดการลอกเลียนแบบในสังคมปัจจุบัน ได้แก่ 1) กระแสทุนนิยมตะวันตก การผลิตเพื่อขายแทนการผลิตเพื่อบริโภค 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 3) นโยบายการพัฒนาชนบท 4) การเพิ่มขึ้นของประชากรและการแทรกซึมของวัฒนธรรม

ต่างถิ่น และ 5) การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว สอดคล้องกับการศึกษาของขวัญชีวัน บัวแดง (2541) เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตของชุมชน กระเหรี่ยงในเขตอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ว่าการดำเนินการพัฒนาใดๆ ของรัฐ มักส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านและก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในชุมชน เช่นเดียวกันกับความสัมพันธ์ที่เกิดระหว่างชาวบ้านกับชุมชนข้างเคียงที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้รูปแบบแนวคิดใหม่ๆ ดังเช่นชาวเขาในแหล่งท่องเที่ยวเริ่มละเลยเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ แล้วหันไปให้คุณค่าแก่เงินทอง ดังนั้นจึงนำสิ่งที่ตนมีอยู่มาจำหน่ายเพื่อแลกเป็นเงิน โดยไม่คำนึงถึงศักดิ์ศรีของตนเองและคนอื่น หรือแม้แต่ การแย่งชิงและแข่งขันกันเองในชุมชนที่เคยแลกกันกินแบ่งกันใช้ (ชยันต์ วรรธนะภูติ, 2538)

ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจึงไม่ได้มีผลจากการพัฒนาการท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อสภาพดังกล่าวได้เช่นกัน แต่จะเกิดขึ้นอย่างช้าๆ จนเกือบไม่รู้สึกว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น นอกจากนั้นการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยอื่นๆแวดล้อมเป็นตัวเร่งให้เกิดความเปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตามการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งชักจูงให้เกิดการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยว จึงเป็นโอกาสให้เกิดความเสี่ยงต่อการปรับเปลี่ยนและการไม่ใส่ใจต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมในท้องถิ่น รวมทั้งความอ่อนแอของสังคมและวัฒนธรรม อันเนื่องมาจากการยอมรับวัฒนธรรมและความเจริญจากสังคมภายนอก ตลอดจนการขาดความรู้ ความเข้าใจถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรม ประเพณีอันเป็นตัวตนเอง กระแสวัฒนธรรมต่างถิ่นจึงสามารถเข้าแทรกแซงผสมผสานกับสิ่งที่มีอยู่เดิมได้โดยง่าย ทั้งนี้ชุมชนส่วนใหญ่ทราบถึงปัญหาความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นอย่างดี แต่ทุกคนก็ยังคงต้องการให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้นในพื้นที่ของตนเอง เช่นเดียวกันกับภาครัฐและเอกชนที่มองข้ามผลกระทบดังกล่าวโดยให้ความสำคัญต่อผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างเด่นชัด ซึ่งมักจะถูกใช้เป็นข้ออ้างในการกำหนดนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ใดๆ ที่มีความเปราะบางทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ

ในการจัดการทางการท่องเที่ยวนั้น นอกเหนือจากทิศทางการพัฒนาที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันแล้วการมีส่วนร่วมของภาคีในการพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรชุมชน เครือข่ายทางการท่องเที่ยวและชุมชน เป็นเงื่อนไขสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยว ถือเป็นมาตรการที่ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม และเป็นแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวที่สามารถป้องกันการรั่วไหลของผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่กลุ่มผู้ประกอบการภายนอก นอกจากนั้นความร่วมมือของภาคีที่เกี่ยวข้องยังเป็นหัวใจสำคัญในการเข้าไปช่วยสร้างความรู้ความเข้าในการจัดการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่ชุมชน ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นแก่กลุ่มชาวบ้าน ทั้งนี้หากไม่มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการพัฒนาที่เกิดขึ้น ความเป็นชุมชนดั้งเดิม ระบบสังคมท้องถิ่นก็อาจถูกทำลายหรือกลืนไปด้วยวัฒนธรรมต่างถิ่น ที่เข้ามาพร้อมกับการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษาและเพื่อป้องกัน หรือชะลอการเกิดผลกระทบทางลบต่อสังคมและศิลปวัฒนธรรมของชุมชน ที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

1) คำนึงถึงบริบททางสังคมและศิลปวัฒนธรรมของชุมชนเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยว และใช้เป็นแนวทางป้องกันการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นจากการพัฒนา

การท่องเที่ยวในพื้นที่

2) สร้างโอกาสให้ชุมชนได้พัฒนาตามแนวทางที่ต้องการ ซึ่งส่งผลให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดและวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องตามความต้องการของชุมชน

3) ยกย่องเชิดชูศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชน โดยส่งเสริมการเรียนรู้และสืบทอดอย่างต่อเนื่อง ให้ชุมชนมีความตระหนักและภูมิใจ อันจะช่วยเป็นเครื่องป้องกันการเกิดผลกระทบทางลบจากการท่องเที่ยว

4) ให้ความรู้ความเข้าใจในหลักการและแนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนา ตลอดจนหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชนและภาคีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่

5) ส่งเสริมการกระจายรายได้ที่เกิดขึ้นแก่ชุมชนชาวบ้านในระดับรากหญ้า ที่เป็นเจ้าของพื้นที่

บรรณานุกรม

เกริกเกรียติ พิพัฒนเสรีธรรม. (2530). **ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่**

ขวัญชีวัน บัวแดง. (2541). รายงานการวิจัย เรื่อง **การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตของชุมชนกระเหรี่ยง : กรณีศึกษาหมู่บ้านในอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่.** สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ขวัญสรวง อติโพธิ์. (2537). รายงานการสัมมนาเพื่อระดมความคิด เรื่อง **ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อสภาพสิ่งแวดล้อม สังคม-เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม.** ณ โรงแรมเชียงใหม่ควอลิตี้ ฮิลล์ อำเภอเมือง เชียงใหม่ ระหว่างวันที่ 8 – 9 กันยายน 2537.

จีรพร ศรีวัฒนานุกูลกิจ. (2544). **การท่องเที่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในชุมชนชาวเขา.** สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชยันต์ วรรธนะภูติ , บรรณาธิการ. (2538). **เวทีผู้ถูกท่องเที่ยว.** สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. โรงพิมพ์มิ่งเมือง.

ชยันต์ วรรธนะภูติ และชยันต์ ผลโภค (บก.) รายงานการสัมมนาทางวิชาการ เรื่อง **ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่.** ณ สมาคม วาย เอ็ม ซี เอ เชียงใหม่ ระหว่างวันที่ 25-26 เมษายน 2530 . เอกสารชุดวัฒนธรรมกับการพัฒนา ลำดับที่ 2. โครงการศูนย์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : มูลนิธิ ฟรีดิช เนามัน.

ผ่องพันธุ์ มณีรัตน์. (2521). **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ระพีพรรณ ทองห่อ และคณะ (2545). รายงานการวิจัยเรื่อง **การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นผลมาจากการท่องเที่ยว : การศึกษากรณีจังหวัดน่าน.** มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

สนิท สมัครการ. (2525). **การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาการของสังคม.** กรุงเทพ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

สุรีย์ บุญญานุพงศ์. (2543). **ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีจังหวัดแม่ฮ่องสอน .** สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

การวิจัยแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้

Proposed Guidelines of Development of Local Wisdom Health Tourism in The Lower Northeastern Part of Thailand

ปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ สาธิต พลเจริญ กมลรัตน์ สมใจ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Piyaporn Siripanumas, Satit Pholchareon, Kamolrat Somchai
Buriram Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ 2) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ 3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ และ 4) เพื่อหายุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ ประชาชนในพื้นที่ตัวแทนของจังหวัดในอีสานใต้ คือ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และอุบลราชธานี จำนวน 414 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เจาะลึกและการประชุมระดมสมอง ผลการวิจัยมีดังนี้

1. ประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้มี 4 ประเภทคือ 1) ยาสมุนไพร ทั้งในรูปแบบการรับประทาน การทา และการเป่า 2) การนวด จับเส้น การประคบและอบสมุนไพร 3) การผลิตอาหารธรรมชาติเพื่อสุขภาพ 4) การใช้มนต์คาถา การเสกเป่า

2. รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้มี 2 รูปแบบคือ 1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ ยังมีสิ่งต้องปรับปรุงคือ ควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน การจัดวางสิ่งของให้เป็นระเบียบ เรื่องความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ 2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ คือ 2.1) เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ชมโบราณสถานและปราสาทหินต่างๆ 2.2) เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวศึกษาวิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชน

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ทำได้โดยให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้มีบทบาทของตนเองอย่างเหมาะสม ดังนี้คือ 1) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ใกล้เคียง 2) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ด้วยการให้ผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวดังนี้ 2.1) ท้องถิ่นและประชาชน เตรียมความพร้อมทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เครือข่ายชุมชน คุณภาพในการจัดการด้านต่างๆ 2.2) หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว ควรประสาน-

งานกับท้องถิ่น เพื่อการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม 2.3) บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ควรมีการประสานงานกับหมอพื้นบ้านและชุมชนเพื่อนัดหมายล่วงหน้า 2.4) นักท่องเที่ยว ควรได้ศึกษาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน และศึกษาวิถีชีวิตชุมชน การปฏิบัติที่เหมาะสม ไม่ทิ้งขยะ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

4. ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มี 4 ประการคือ 1) การพัฒนาองค์ความรู้การแพทย์พื้นบ้านร่วมกับประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง 2) การพัฒนาความเป็นผู้นำด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ ให้เชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แหล่งอารยธรรมขอมโบราณ ของประเทศกัมพูชา 3) การพึ่งพาประเทศเพื่อนบ้านเขมรและลาวในฐานะที่เป็นแหล่งสมุนไพร และผลิตภัณฑ์ธรรมชาติต่างๆ เพื่อนำมาเสริมสร้างสุขภาพ และ 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมสร้างสุขภาพพร้อมกันระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเป็นสินค้าส่งออกและใช้ร่วมกัน

Abstract

The purposes of this research were 1) to Study the product of local wisdom health tourism in the lower Northeastern Part of Thailand 2) to study local wisdom health tourism in the lower Northeastern Part of Thailand management form 3) to find out guidelines for development of local wisdom health tourism in the lower Northeastern Part of Thailand and 4) to find out the strategies for adhere to enhance the development and management of tourism in group of lower Northeastern province. The study focus on 414 persons who live in the representative area of lower Northeastern Part that are Chaiyapum, Buriram and Ubonrachatanee. The indept-interview and brainstorming were used for the qualitative research. The results were as follows :

There are four varieties of the product of local wisdom health tourism in the lower

Northeastern Part of Thailand that are : 1) Medical herb for healthy either by eating, apply at the local area and blow off the herb to the target area. 2)Massage , massage with a bag of heated medical herbs and fumigate with herbs 3) Produce natural food for health 4)Used magic power, holy water and holy oil.

There are two models of local wisdom health tourism in the lower Northeastern Part of Thailand management that are : 1) The management of local wisdom health tourism resources something that need to be improve were develop the area of health tourism in the lower Northeastern Part of Thailand by making communication board at side of the road told the way to go to traditional doctor, making their house in order clean and neat and also have some facilities that make life comfortable. 2) management of local wisdom health tourism by join local wisdom health tourism in the lower Northeastern Part of Thailand with other kind of tourism as follow : 2.1) Link up local wisdom health tourism in the lower Northeastern Part of Thailand with historical tourism. 2.2) To join with way of life traditional and culture tourism.

The guidelines for development of local wisdom health tourism in lower Northeastern Part of Thailand was to give stakeholders take appropriate roles in : 1) To join local wisdom health tourism with other tourism resources. 2) Develop local wisdom health tourism by allow stakeholder had participation in tourism activities as follows. 2.1) Local organization and the people prepare the readiness for satisfaction in infrastructure of the community, community network and quality of health

tourism management. 2.2) Government tourism organization should be contact with the community for public relation in local wisdom health tourism. 2.3) Tourism company and guides should make early contact with traditional doctor and community for an appointment in advance. 2.4) Tourist should study about sanctuary history and culture of the community, appropriate manner while living in the community and do not litter or damage environment.

The Strategies for adhere to enhance the development and management of

tourism in group of lower Northeastern province had were 1) Develop the local wisdom in health promotion knowledge between the neighbor countries. 2) Develop the leadership in local wisdom health tourism management relate with historical tourism in civilizations of ancient Kamae . 3) The adhere to neighbor countries Lao and Cambodia in the state of the countries that rich in herbage and others natural product for promotion health. 4) Develop product for health promotion together with neighbor countries for export and used together.

คำนำ

การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จากการที่สามารถนำเงินรายได้เข้าสู่ประเทศปีละจำนวนมากๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวที่กำลังมีความสำคัญ เพราะสามารถนำเงินรายได้เข้าสู่ประเทศปีละมากๆ โดยเฉพาะธุรกิจสปาที่พบได้ตามแหล่งท่องเที่ยวทั่วประเทศ ในปัจจุบันทุกคนได้ตระหนักถึง ความสำคัญของการมีสุขภาพดี โดยเฉพาะการมีสุขภาพดีด้วยการส่งเสริมสุขภาพด้วยภูมิปัญญาไทย นับเป็นการสร้างเสริมสุขภาพ ที่มีคุณค่า ปลอดภัย และเป็นการดำเนินการสร้างสุขภาพ ที่ตั้งอยู่บนต้นทุนทางสังคมของไทย ที่ประหยัดค่าใช้จ่าย และเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติส่วนใหญ่ทั้งคนให้ได้ให้ความสนใจ อีสานใต้เป็นแหล่งภูมิปัญญา ที่มีการสืบทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านสุขภาพมาเป็นเวลายาวนาน จนกระทั่งถึงปัจจุบัน ก็ยังคงมีการดูแลสุขภาพโดยหมอพื้นบ้าน ในแต่ละพื้นที่ ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงสนใจที่จะหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้
2. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้
4. เพื่อหายุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ โดยเลือกพื้นที่ที่เป็นตัวแทนของ 6 จังหวัดในอีสานใต้ โดยการเลือกพื้นที่ 3 จังหวัดที่เป็นตัวแทนของจังหวัดทั้ง 6 ในอีสานใต้ ทั้งที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน และพื้นที่ไม่มีเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ดังนี้คือ เลือกจังหวัดชัยภูมิเนื่องจากไม่มีอาณาบริเวณที่ติดชายแดนเพื่อนบ้าน เลือกจังหวัดบุรีรัมย์เนื่องจากมีพื้นที่ติดชายแดนกัมพูชา และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม และเลือกจังหวัดอุบลราชธานีเนื่องจากมีมีพื้นที่ติดชายแดนประเทศลาว และมีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาเลือกพื้นที่ศึกษาในจังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ และจังหวัดอุบลราชธานีเป็นตัวแทนของ 6 จังหวัดในอีสานใต้ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามประชาชนในพื้นที่ และใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เจาะลึกในกลุ่มนักท่องเที่ยว หมอพื้นบ้าน การประชุมระดมสมอง จากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ หมอพื้นบ้าน ผู้นำชุมชน นักวิชาการ มัคคุเทศก์ และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผลการวิจัย

1. ประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ มีอยู่ 4 ประเภทคือ

1.1 การใช้ยาสมุนไพร

1.2 การนวด จับเส้น การประคบและอบสมุนไพร

1.3 การผลิตอาหารธรรมชาติเพื่อสุขภาพ

1.4 การใช้มนต์คาถา การเสกเป่า การต่อกระดูกและการรักษาพิษงู

2. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ มี 2 รูปแบบ คือ

2.1 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ โดยการปรับปรุงในเรื่องการเข้าถึงสถานที่ ความสะอาดและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2.2 การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ให้มีการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ

2.2.1 การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้เชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การเที่ยวชมโบราณสถานและปราสาทหินต่างๆ ดังที่สมัยโบราณ ที่มีอโรคยาศาลาหรือสุขศาลาประจำชุมชนตามเส้นทางที่มีปราสาทหินในอีสานใต้ตลอดจนถึงประเทศกัมพูชา

2.2.2 การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวศึกษาวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน ด้วยการที่นักท่องเที่ยวเข้าไปอาศัยอยู่ในชุมชนในรูปของโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนได้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน หมอพื้นบ้านจะให้บริการเสริมสร้างสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการการนวด จับเส้นคลายกล้ามเนื้อและความเมื่อยล้าจากการเดินทางท่องเที่ยวประจำวัน

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้สามารถพัฒนาให้มีศักยภาพอย่างยั่งยืนได้ โดยการพัฒนาการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ประชาชนในพื้นที่ หน่วยงานภาครัฐ บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ดังนี้

3.1เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ใกล้เคียง เพื่อให้เกิดความประทับใจจากความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

3.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ด้วยการให้ผู้ที่มีส่วนได้เสีย(Stakeholder) ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยปฏิบัติหน้าที่ของตนเองให้เต็มศักยภาพ และชัดเจน ดังนี้

3.2.1 ท้องถิ่นและประชาชนในพื้นที่ อบต.หรือเทศบาล ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ถนน แหล่งน้ำ ไฟฟ้า พัฒนาวัดให้เป็นแหล่งปฏิบัติธรรมและศูนย์รวมทางจิตใจ การพัฒนาภูมิทัศน์ของชุมชนให้ร่มรื่นสวย งามแต่ยังคงเอกลักษณ์ของชุมชนเอาไว้ มีการพัฒนาด้านสุขอนามัย ความสะอาดของอาหาร น้ำดื่ม ที่พัก หมอพื้นบ้านต้องพัฒนาและสร้างเครือข่าย

และมีจำนวนเพียงพอโดยเน้นที่คุณภาพ ความสะอาดและความพอใจของนักท่องเที่ยว

3.2.2 หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวจังหวัด ควรประสานกับท้องถิ่นในการจัดทำข้อมูลหมอพื้นบ้านในอีสานใต้ทำเป็นเอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ใช้ประโยชน์

3.2.3 บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ควรมีการประสานงานกับหมอพื้นบ้านและชุมชน เพื่อนัดหมายเกี่ยวกับวันเวลาและจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการล่วงหน้า มัคคุเทศก์ต้องเตรียมความรู้เกี่ยวกับชุมชน การวางแผนการท่องเที่ยวและแนะนำสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องเตรียมตัวล่วงหน้า

4. ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มี 4 ประการ คือ

4.1 การพัฒนาองค์ความรู้การแพทย์พื้นบ้านร่วมกับประเทศพื้นบ้านใกล้เคียง

4.2 การพัฒนาความเป็นผู้นำด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ให้เชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติ ศาสตร์แหล่งอารยธรรมขอมโบราณที่เป็นมรดกโลก เช่น เขาพระวิหาร นครวัด นครธม ที่ประเทศกัมพูชา

4.3 การพึ่งพาประเทศเพื่อบ้านเขมรและลาวในฐานะที่เป็นแหล่งสมุนไพร และผลิตภัณฑ์ธรรมชาติต่างๆ เพื่อนำมาเสริมสร้างสุขภาพ

4.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมสร้างสุขภาพร่วมกันระหว่างประเทศเพื่อนบ้านเพื่อเป็นสินค้าส่งออกและใช้ร่วมกัน

อภิปรายผลจากการศึกษา

การวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ อภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ที่พบมีอยู่ 4 ประเภทคือ 1) การใช้ยาสมุนไพร 2) การนวด จับเส้น การประคบและอบสมุนไพร 3) การผลิตอาหารธรรมชาติเพื่อสุขภาพ 4) การใช้มนต์คาถา การเสกเป่า การต่อกระดูกและการรักษาพิษงู ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ที่พบนี้ ไม่แน่นอนเสมอไปว่าจะมีครบภายในแต่ละชุมชน แต่ถ้ามีไม่ครบก็สามารถพบได้ในหมู่บ้านข้างเคียง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ และคณะ (2549) ที่พบว่าภูมิปัญญาพื้นบ้านในการสร้างสุขภาพของตนเอง ของคนในชุมชนมีการนวด การอบ การประคบ และการใช้สมุนไพร แต่การวิจัยในครั้งนี้พบว่ามีการเป่าและการใช้มนต์คาถาเพิ่มขึ้น เพราะเป็นการรักษาพยาธิสภาพจากโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ ทั้งยังมีผลในด้านการสร้างเสริมสุขภาพจิตได้อีกด้วย นอกจากนี้ยังพบว่า หมอพื้นบ้านคนเดียวกันสามารถรักษาได้หลายวิธี สอดคล้องกับการศึกษาของ กิ่งแก้ว เกษโกวิท และคณะ (2536) ที่ได้ศึกษาหมอพื้นบ้าน และการดูแลสุขภาพตนเองของชาวบ้านอีสาน พบว่า หมอพื้นบ้านส่วนใหญ่เป็นหมอผสมผสาน เช่นเป็นทั้งหมอเป่า และหมอสมุนไพร บางคนเป็นทั้งหมอเป่า หมอสมุนไพร หมอน้ำมัน และหมอพราหมณ์ ดังนั้นวิธีรักษาจึงผสมผสานกันหลายวิธี โดยมีสมุนไพรซึ่งยังหาได้ตามป่าในภาคอีสานและประเทศเพื่อนบ้านที่อยู่ใกล้เคียง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเสาวนีย์ กุลสมบูรณ์และคณะ (2548) ได้ศึกษาการแพทย์พื้นบ้านอีสาน พบว่า ระบบการแพทย์พื้นบ้านในอีสานมีมาเป็นเวลานาน มีองค์ความรู้ในการรักษาและดูแลสุขภาพพัฒนาขึ้นตามลำดับ มีเอกลักษณ์แตกต่างจากภาคอื่นๆ สมุนไพรที่คนอีสานใช้ส่วนใหญ่เป็นพันธุ์ไม้ที่อยู่ในป่าเต็งรัง บางส่วนนำมาจากป่าในประเทศ

กัมพูชาและลาว สูตรยาที่นำมาปรุงก็มีลักษณะเฉพาะ จะเห็นได้ว่าภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านสุขภาพของอีสานใต้เป็นสิ่งที่มีคุณค่า และในแต่ละท้องที่จะมีภูมิปัญญาที่เป็นจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป ในอีสานใต้เป็นดินแดนที่สามารถคมนาคมติดต่อกับประเทศกัมพูชา ซึ่งมีจุดเด่นในเรื่องเวทมนต์คาถา ของขลังต่างๆ ซึ่งจุดเด่นนี้ก็ปรากฏในภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านสุขภาพในอีสานใต้เช่นกัน

2. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ มี 2 รูปแบบ คือ

2.1 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ยังมีสิ่งที่ต้องปรับปรุง คือ ควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน จัดวางของให้เป็นระเบียบ ดูแลเรื่องความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แต่ถึงอย่างไรก็ตาม การปรับปรุงในสิ่งเหล่านี้ไม่ควรให้กระทบกับวิถีชีวิตของหมอพื้นบ้านมากนัก ควรมีการพิจารณาอนุรักษ์ สืบทอดในสิ่งที่เป็นวัฒนธรรมที่มีค่าให้คงไว้ รวมไปถึงวิถีชีวิตชาวบ้าน ควรคงไว้ในเรื่องที่เป็นเอกลักษณ์ สัญลักษณ์ของหมู่บ้าน ชุมชน ให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้เข้าใจในความหมายของสิ่งเหล่านั้น ดังคำกล่าวของตัวแทนหมอพื้นบ้านว่า “เราคงจะพัฒนาสถานที่ให้สะดวกสบายเกินไปคงไม่ได้ คงต้องพบกันครึ่งทางระหว่างหมอในชุมชนชนบท และนักท่องเที่ยวที่เป็นคนเมือง จะต้องรักษาบางสิ่งบางอย่างไว้ให้เป็นที่เรียนรู้ของลูกหลานสืบไป” (ประกาศิต อำไพพิศ, 2550, เมษายน, 2)

2.2 การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ทำได้ดังนี้ คือ

2.2.1 การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้เชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การเที่ยวชมโบราณสถานและปราสาทหินต่างๆ ดังที่สมัยโบราณ ที่มีโรคยาศาลา หรือสุขศาลาประจำชุมชนตามเส้นทาง ที่มีปราสาทหินในอีสานใต้ตลอดจนถึงประเทศกัมพูชา สอดคล้องกับการศึกษาของเสาวนีย์ กุลสมบูรณ์ และคณะ (2548) ซึ่งศึกษาการแพทย์พื้นบ้านอีสาน พบว่าระบบการแพทย์พื้นบ้านของชุมชนในพื้นที่อีสานมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมามากกว่า 5,000 ปี โดยได้รับอิทธิพลจากขอม ซึ่งมีการสร้าง “อโรคยาศาลา” เป็นจำนวนมาก มีการประยุกต์ความรู้ด้านการรักษาโรคจากขอมและอินเดีย องค์ความรู้ในการดูแลสุขภาพและการรักษาโรคได้พัฒนาขึ้นตามลำดับและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

2.2.2 การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวศึกษาวิถีชีวิต ประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน ด้วยการที่นักท่องเที่ยวเข้าไปอาศัยอยู่ในชุมชน ในรูปของโฮมสเตย์ นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนได้ร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน หมอพื้นบ้านจะให้บริการเสริมสร้างสุขภาพให้กับนักท่องเที่ยวด้วยการนวดจับเส้นคลายกล้ามเนื้อและความเมื่อยล้าจากการเดินทางท่องเที่ยวประจำวัน

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้สามารถพัฒนาให้มีศักยภาพอย่างยั่งยืนได้ โดยการพัฒนาการมีส่วนร่วมของท้องถิ่น ประชาชนในพื้นที่ หน่วยงานภาครัฐ บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ดังนี้

3.1 เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ใกล้เคียง

3.2 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ด้วยการให้ผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) ได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวดังนี้ คือ

3.2.1 ท้องถิ่นและประชาชนในพื้นที่ อบต. หรือเทศบาล ควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ถนน แหล่งน้ำ ไฟฟ้า พัฒนาวัดให้เป็นแหล่งปฏิบัติธรรมและศูนย์รวมทางจิตใจ การพัฒนาภูมิทัศน์ของชุมชนให้ร่มรื่นสวยงาม แต่ยังคงเอกลักษณ์ของชุมชนเอาไว้ มีการพัฒนาด้านสุขอนามัย ความสะอาดของอาหาร น้ำดื่ม ที่พัก หมอพื้นบ้านต้องพัฒนาและสร้างเครือข่าย และมีจำนวนเพียงพอโดยเน้นที่คุณภาพ ความสะอาดและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของมิลล์และเมอริสสัน (Mill and Merrison, 1985:201-202) ที่กล่าวว่าแหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ในด้านความสวยงาม ความน่าประทับใจ 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด หรือบริการอื่นๆ 3) ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสารและสาธารณูปโภค การขนส่ง (Transportation) และ 4) การต้อนรับอย่างมิตรไมตรี (Hospitality) ต่อนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการจัดการด้านการเงินแทนหมอพื้นบ้าน เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้หมอพื้นบ้านรู้สึกว่าตนเองปฏิบัติผิดกฎของหมอพื้นบ้าน

3.3.2 หน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวจังหวัด ควรประสานกับท้องถิ่นในการจัดทำข้อมูลหมอพื้นบ้านในอีสานใต้ ทำเป็นเอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้ใช้ประโยชน์

3.3.3 บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ควรมีการประสานงานกับหมอพื้นบ้านและชุมชน เพื่อนัดหมายเกี่ยวกับวันเวลาและจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการล่วงหน้า มัคคุเทศก์ต้องเตรียมความรู้เกี่ยวกับชุมชน การวางแผนการท่องเที่ยวและแนะนำสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องเตรียมตัวล่วงหน้า

3.3.4 นักท่องเที่ยว ควรศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน สภาพชุมชน วิถีชีวิต ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมและประเพณี ข้อควรปฏิบัติ ตามความเหมาะสมของแต่ละท้องที่ เตรียมของใช้ส่วนตัวที่จำเป็น และนักท่องเที่ยวต้องไม่ทิ้งขยะทำให้สกปรกและไม่ส่งเสียงดังรบกวนวิถีชีวิตที่เงียบสงบของผู้คนในชุมชน

4. ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มี 4 ประการ คือ

4.1 การพัฒนาองค์ความรู้การแพทย์พื้นบ้านร่วมกับประเทศพื้นบ้านใกล้เคียง ทั้งนี้เนื่องจากภูมิปัญญาพื้นบ้านด้านสุขภาพของแต่ละประเทศมีคุณค่า เมื่อนำมาร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน ย่อมเกิดการพัฒนาเป็นความรู้ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพที่น่าสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ และคณะ (2549) ที่พบว่าพอใจ ในบางแห่งหมอพื้นบ้านได้มีการประยุกต์ตนเอง โดยนำวิชาการทางแพทย์แผนไทย มาผสมผสานเพื่อให้มีการยอมรับของสังคมมากขึ้น และยังมีการผสมผสานภูมิปัญญาการแพทย์พื้นบ้านไทย กับการแพทย์พื้นบ้านญี่ปุ่น ทำให้มีความแม่นตรงในการตรวจวินิจฉัยโรค และการใช้สมุนไพรในการรักษาอีกด้วย ซึ่งนับเป็นพัฒนาการของหมอพื้นบ้านที่น่าสนใจ

4.2 การพัฒนาความเป็นผู้นำด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ ให้เชื่อมโยงกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์แหล่งอารยธรรมขอมโบราณที่เป็นมรดกโลก เช่น เขาพระวิหาร นครวัด นครธม ที่ประเทศกัมพูชา

4.3 การพึ่งพาประเทศเพื่อบ้านเขมรและลาวในฐานะที่เป็นแหล่งสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติต่างๆ เพื่อนำมาเสริมสร้างสุขภาพ

4.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสริมสร้างสุขภาพร่วมกันระหว่างประเทศเพื่อนบ้านเพื่อเป็นสินค้าส่งออกและใช้ร่วมกัน

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ข้อเสนอแนะ เพื่อการดำเนินงานของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ สำหรับหมอพื้นบ้านนั้นควรรักษาวัฒนธรรมการรักษาแบบพื้นบ้านให้คงอยู่ต่อไป ถึงแม้ว่าหมอพื้นบ้านอาจจะต้องปรับตัวเข้ากับยุคสมัย การปรับตัวนั้นควรจะเป็นเรื่องสุขอนามัยที่เหมาะสม และในเรื่องค่าตอบแทนการรักษานั้น อาจจัดรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายที่ดำเนินการโดยชุมชน

2. การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านควรดำเนินการโดยชุมชน ให้ชุมชนมีกิจกรรมร่วมกัน มีการเตรียมการล่วงหน้าเพื่อคุณภาพของการจักการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แล้วทำการบริหารจัดการเพื่อความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพของการบริการ นอกจากนี้องค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องควรให้การส่งเสริมสนับสนุน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทำการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวที่รวมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้าไปเป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้นักท่องเที่ยวได้เลือก แล้วทำการประชาสัมพันธ์ ด้านสาธารณสุขจังหวัดควรส่งเสริมให้การดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นไปตามหลักสุขภาพอนามัย หน่วยงานด้านการเกษตรควรดูแลสนับสนุนด้านการปลูกพืชผักปลอดสารพิษ หน่วยงานด้านพัฒนาชุมชนควรดูแลด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่างๆ และของที่ระลึก องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นควรดูแลด้านโครงสร้างพื้นฐานให้มีความสะดวกในการสัญจรไปมา และอื่นๆ ที่จำเป็น

3. หมอพื้นบ้านควรรักษาภูมิปัญญาของไทยไว้ให้ยั่งยืนนานด้วยการถ่ายทอดความรู้ให้กับศิษย์รุ่นหลัง แต่ต้องมีความมั่นคงในเรื่องการหวงแหน การอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทยและรักษาเอกลักษณ์ของไทย ให้คงอยู่กับแผ่นดินไทยต่อไป

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้มีความเป็นไปได้ในการดำเนินการ และนับเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง ดังนั้นจึงควรมีการทดลองดำเนินการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้นโดยเชื่อมโยงกับสร้างสุขภาพแบบองค์รวม และการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ในพื้นที่นั้นๆ

5. ในแต่ละชุมชนควรมีการฟื้นฟูการแพทย์พื้นบ้าน ให้อยู่ในชีวิตประจำวันของคนไทยเช่นเดียวกับในอดีตที่ผ่านมา ทั้งนี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสุขภาพทั้งของคนในชุมชนเอง และนักท่องเที่ยวที่สนใจ ก็จะมาท่องเที่ยวเพื่อรับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้อีกด้วย

6. หน่วยงานรัฐควรสนับสนุนส่งเสริมให้เกษตรกร และประชาชนทั่วไป หันมาปลูกพืชอินทรีย์อย่างจริงจังเพื่อสุขภาพตนเอง และผู้อื่นในชุมชน

7. การมีสุขภาพดีได้นั้นบุคคลจะต้องมีการดูแลตนเองแบบองค์รวม ดังนั้นนอกจากการให้ความสำคัญกับอาหารปลอดสารพิษ และการส่งเสริมสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านแล้ว สิ่งสำคัญที่ไม่ควรละเลยคือการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตใจ ด้วยการยึดมั่นในหลักธรรมคำสั่งสอนของศาสนา และนำไปประพฤติปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ดังนั้นชุมชนควรมีการรวมตัวกันปฏิบัติธรรมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างแบบแผนวิถีชีวิตเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สมบูรณ์แบบต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ เพื่อศึกษาถึงความเป็นไปได้ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้อย่างเป็นรูปธรรม

2. ควรทำการวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้เป็นรูปธรรมและเป็นไปได้ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สรุปผลการศึกษา

การตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1 ประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้มีอยู่ 4 ประเภท คือ 1) ยาสมุนไพร ประชาชนในอีสานใต้มีการเสริมสร้างสุขภาพด้วยการใช้ยาสมุนไพรทั้งในรูปแบบการรับประทาน การทา และการเป่า เมื่อเจ็บป่วย และเพื่อการมีสุขภาพดี 2) การนวดจับเส้น การประคบและอบสมุนไพร ประชาชนในอีสานใต้นิยมการนวด การจับเส้น การประคบเมื่อมีอาการเส้นตึง การปวดหลังจากการทำงานหนักในไร่นา และการอบด้วยสมุนไพรเพื่อดูแลผิวพรรณ 3) การผลิตอาหารธรรมชาติ เพื่อสุขภาพ การสร้างสุขภาพด้วยอาหารธรรมชาติปราศจากสารพิษจากสารเคมี(เกษตรอินทรีย์) ชาวบ้านมีการรวมตัวกันทำการเกษตรแบบเกษตรอินทรีย์เป็นกลุ่มๆ 4) การใช้มนต์คาถา การเสกเป่า การต่อกระดูกและการรักษาพิษงู และการสร้างสุขภาพใจด้วยการปฏิบัติธรรม

การอบคำถามวิจัยข้อที่ 2 รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ มี 2 รูปแบบ คือ 1) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านในอีสานใต้ ในเรื่องการเข้าถึงสถานที่ความสะอาด และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ 2) การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิ-ปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ให้มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เช่น การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ให้มีการเชื่อมโยงกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การเที่ยวชมโบราณสถานและปราสาทหินต่างๆ และ การจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวศึกษาวิถีชีวิตประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ศึกษาเรียนรู้ชีวิตความเป็นอยู่ และการดำเนินชีวิตของผู้คนในชุมชนหมู่บ้าน โดยการที่นักท่องเที่ยวเข้าไปอาศัยอยู่ในชุมชนในรูปของโฮมสเตย์ ร่วมกับการให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องการดูสุขภาพตนเองแบบองค์รวม

การตอบคำถามวิจัยข้อที่ 3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ สามารถทำได้โดย 1) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ กับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ใกล้เคียง และ 2) โดยการให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ได้มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้าน ทั้งในส่วนของท้องถิ่น ประชาชนในพื้นที่ หน่วยงานภาครัฐ และบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างชัดเจน

การตอบคำถามวิจัยข้อที่ 4 ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยการ 1) การพัฒนาองค์ Available : สุขภาพร่วมกันระหว่างประเทศเพื่อนบ้านให้เป็นสินค้าส่งออกและใช้ร่วมกัน

บรรณานุกรม

กิ่งแก้ว เกษโกวิทและคณะ.(2536). **หมอพื้นบ้านและการดูแลสุขภาพตนเองของชาวบ้านอีสาน : กรณีศึกษา.** ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปิยาภรณ์ ศิริภานุมาศ และคณะ. (2549). **การวิจัยและพัฒนาบทเรียนวิทยาศาสตร์ท้องถิ่นเรื่องการสร้างสุขภาพคนเอง.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

ประกาศิต อำไพพิศ. (2550). **การประชุมระดมสมองเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสานใต้ และเพื่อหายุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้.** ณ มหาวิทยาลัย ราชภัฏบุรีรัมย์ 2 เมษายน 2550.

เสาวนีย์ กุลสมบูรณ์ และคณะ (บรรณาธิการ). (2548). **ภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสาน.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

Mill, Robert Christie and Merrison, Alastair M. (1985). **The Tourism System : An Introductory Text.** New Jersy; Prentice Hall International, Inc.

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

The Consuming Behaviors in Tourism Products of Tourists at the Lower Northeastern Provinces

พิสมัย ประชานันท นวมินทร์ ประชานันท์
อรรถกร จัตุกูล สุนันทา วีรกุลเทวัญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Pisamai Prachanant, Nawamin Prachanant,
Auttakorn Chuttukul, Sunanta Viragoontavan
Buriram Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 3) ศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 500 คน และใช้แบบสัมภาษณ์รายบุคคล กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 60 คน ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพื้นฐาน (ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และเปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้ t-test และ ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า

ด้านพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติใช้เวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 เดือน โดยที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวด้วยตนเอง สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศ

ด้านพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งส่วนใหญ่ใช้เวลาไม่เกิน 5 วัน โดยพาหนะหลักที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือรถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้รถโดยสารประจำทาง ด้านที่พักนักท่องชาวต่างชาตินิยมพักตามโรงแรมหรือเกสท์เฮ้าส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมพักโรงแรมหรือบ้านญาติและบ้านเพื่อน ด้านแหล่งอาหาร นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมรับประทานอาหารจากร้านอาหารท้องถิ่น ด้านค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารส่วนใหญ่

จะไม่แตกต่างกัน ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ มีค่าใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า 300 บาท

สำหรับด้านพฤติกรรมภายหลังการเดินทางท่องเที่ยวโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก และด้านร้านอาหารและภัตตาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัททัวร์ พบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาตามคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านร้านอาหารและภัตตาคาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เช่นเดียวกัน สำหรับระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจทุกๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจภายหลังจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในด้านบริษัททัวร์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับอายุ และระดับการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในทุกๆ ด้านไม่แตกต่างกัน

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัด อีสานใต้ ควรคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในลำดับต่อไป

Abstract

The purposes of this research were: 1) to examine the consuming behaviors in tourism products of tourists in the provinces in lower northeastern region; 2) to compare the consuming behaviors in tourism products between Thai and foreign tourists who travel in the provinces in lower Northeastern region; and 3) to investigate the ways to enhance the relationships between tourism in the lower northeastern provinces of Thailand and the neighboring countries. The research instruments were questionnaires and interviews. The former was administered with 500 subjects, whereas, the latter was requested by 60 subjects. The collected data were analyzed by using the percentage, mean, standard deviation, t-test and ANOVA.

The findings were as follows:

In terms of the consuming behaviors before traveling, both Thai and foreign tourists spent less than 1 month to plan their program about traveling. Also, both groups stated that the purposes of traveling are for relaxing and visiting new sites.

In terms of the consuming behaviors while traveling, foreign tourists spent more time than Thai tourists. The private cars were used by Thai tourists while the bused were used by foreign tourists when traveling in the lower northeastern provinces. Also, foreign tourists preferred to stay in the hotels or

guesthouses; whereas, Thai tourists stayed overnight at the hotels or their cousin's and friends' houses. Both Thai and foreign tourists preferred to have their meals in the local food shops and the average expenses for food and beverages per day were less than 300 baht.

In terms of the consuming behaviors in tourism products after traveling, there was significant difference at .05 level as overall in "Tourist attractions", "Accommodation", and "Food shops and restaurants" as compared between Thai and foreign tourists. When considering in each aspect, it found that : 1) there was significant difference at .05 level in "Tourist attractions", and "Food shops and restaurants" in terms of Thai tourists' age; 2) there was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in "Food shops and restaurants", "Products and souvenirs" and "Supporting services" in terms of Thai tourists' occupation; 3) there was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in terms of "Food shops and restaurants" in terms of Thai tourists' income; 4) there was no significant difference of the consuming behaviors in tourism products in terms of the tourists' educational levels; 5) there was significant difference at .05 level of the consuming behaviors in tourism products in "Tour company" in terms of foreign tourists' income; and 6) there was no significant difference of the consuming behaviors in tourism products in terms of foreign tourists' age and educational levels.

The results suggest that the tourist staff should consider the differences of the consuming behaviors between the Thai and foreign tourists as the basic information in developing tourism products at the Lower Northeastern Provinces.

คำนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศและท้องถิ่น เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างประโยชน์แก่ระบบเศรษฐกิจใน 3 ด้าน คือ เป็นสินค้าออกในรูปการบริการ (Service Export) ที่สร้างรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ สร้างกิจกรรม (Jobs Requirement) และรายได้ (Income) สู่ส่วนต่างๆ ของประเทศ และกระตุ้นให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการโดยการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเหมาะสม นอกจากนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ สันติภาพ ความเป็นมิตรระหว่างเจ้าบ้าน และผู้มาเยือน การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ความภาคภูมิใจและสำนึกในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ซึ่งรัฐบาลสมัยที่ผ่านมา ได้แถลงนโยบายด้านการท่องเที่ยวไว้ว่า มีเป้าหมายสำคัญคือการนำรายได้หลักเข้าสู่ประเทศโดยมุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นประตูผ่านหลัก (GATE WAY) ด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย มุ่งเน้นตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่การยกระดับประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการประชุม การสัมมนา และการแสดงสินค้าในภูมิภาค การส่งเสริมความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว เชื่อมโยงการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนตลอดจนการเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว (สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. 2548 : 10-15)

สำหรับในระดับภูมิภาค ภาคตะวันออกเฉียงเหนือนับเป็นอีกภูมิภาคหนึ่งที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และโดยเฉพาะ

อย่างยิ่งกลุ่มจังหวัด ในเขตภาคอีสานตอนล่าง อดีตเคยเป็นเมืองที่มีความเจริญรุ่งเรืองทางด้านอารยธรรมขอมโบราณในยุคพระเจ้าชัยวรมันตามความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ที่ได้ระบุไว้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นภาพลักษณ์เฉพาะพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานตอนล่างหรืออีสานใต้ (นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี) นับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเน้นการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่สูงขึ้น โดยใช้เส้นทางท่องเที่ยวคู่ขนานจากเส้นทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีของประเทศไทยควบคู่กันไปกับนครวัตในประเทศกัมพูชา ตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัดอีสานใต้ โดยใช้หลักยุทธศาสตร์การตลาดนำการพัฒนา คือพัฒนาศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย กระจายเครือข่ายในการดำเนินการ โดยดึงจุดเด่นของแต่ละจังหวัดมาเป็นจุดขายในการประชาสัมพันธ์ เช่น จังหวัดนครราชสีมา เป็นศูนย์กลางตลาด การประชุมภูมิภาค ประตูสู่อีสาน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดชัยภูมิ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยวและเป็นเมืองเก่าแก่มาตั้งแต่สมัยขอมเรืองอำนาจ จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมขอมภายในประเทศ จังหวัดสุรินทร์ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยววัฒนธรรมอีสานใต้และพัฒนาให้เป็นอุทยานช้าง (หัตถกรรม-คชศึกษา) จังหวัดศรีสะเกษ เป็นศูนย์กลางตลาดการท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรมขอมระหว่างประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทย-อินโดจีน และจังหวัดอุบลราชธานี เป็นศูนย์กลางการตลาดการท่องเที่ยว แหล่งกำเนิดอารยธรรมไทยอีสาน (ก่อนประวัติศาสตร์-หลังประวัติศาสตร์) และประตูสู่อินโดจีน (ลุ่มน้ำโขง) (สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. 2548 : 10-15)

ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการที่ภาครัฐจะมุ่งส่งเสริม สนับสนุน ผลักดันให้พื้นที่ในเขตภูมิภาคอีสานตอนใต้ (เส้นทางวัฒนธรรมขอม) เกิดการพัฒนาและมีการขยายตัวทางด้านการท่องเที่ยวได้นั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะในด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจึงเป็นสาเหตุทำให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบนเส้นทางอารยธรรมขอม เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบนเส้นทางวัฒนธรรมของรวมทั้งสร้างความตระหนักให้ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการสร้างเครือข่ายเพื่อเตรียมความพร้อมในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนในเขตพื้นที่ภาคอีสานตอนล่าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

3. เพื่อศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

คำถามการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดคำถามวิจัยไว้ 3 ประการ ดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีลักษณะเป็นอย่างไร

2. พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

3. แนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านทำได้อย่างไรบ้าง

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ดังแสดงจำนวนตามตารางที่ 1

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้การศึกษาครั้งนี้ ได้มาจากการสุ่มจากกลุ่มประชากรข้างต้นโดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) และกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ ตารางสำเร็จรูป TARO YAMANE ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 560 คน ดังรายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

นักท่องเที่ยว	ชัยภูมิ	นครราชสีมา	บุรีรัมย์	สุรินทร์	ศรีสะเกษ	อุบลราชธานี	รวม
ชาวไทย	942,374	4,212,394	803,993	665,725	674,653	1,234,941	8,534,020
ชาวต่างประเทศ	2,790	89,004	33,288	11,961	7,145	53,521	197,709
รวม	**945,164**	**4,301,398**	**837,281**	**677,686**	**681,798**	**1,288,462**	**8,731,729**

ที่มา *www.tat.or.th/stast/web/static_tex.php*

ตารางที่ 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวในจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี

นักท่องเที่ยว / จังหวัด	ชาวไทย				ชาวต่างประเทศ			
	แบบสอบถาม	สัดส่วน (%)	แบบสัมภาษณ์	สัดส่วน (%)	แบบสอบถาม	สัดส่วน (%)	แบบสัมภาษณ์	สัดส่วน (%)
นครราชสีมา	130	32.50	15	30.00	20	20.00	3	30.00
บุรีรัมย์	70	17.50	10	20.00	30	30.00	2	20.00
อุบลราชธานี	60	15.00	10	20.00	10	10.00	2	20.00
สุรินทร์	50	12.50	5	10.00	20	20.00	1	10.00
ชัยภูมิ	50	12.50	5	10.00	10	10.00	1	10.00
ศรีสะเกษ	40	10.00	5	10.00	10	10.00	1	10.00
รวม	**400**	**100.00**	**50**	**100.00**	**100**	**100.00**	**10**	**100.00**

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้ได้ข้อมูลไปใช้ในการตอบคำถามการวิจัยดังกล่าวข้างต้นได้อย่างครบถ้วน คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทด้วยกัน คือ

1. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถามแบบ Checklist / Rating scale ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด (Pilot study) ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง จำนวนทั้งสิ้น 30 ชุด ผลการตรวจสอบพบว่าได้ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.9535 สำหรับโครงสร้างของแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 30 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวภายหลังจากการเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำแนกตามด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านบริษัทนำเที่ยว จำนวน 35 ข้อ

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

2. เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth interview)

3. แบบสนทนากลุ่ม (Focus group) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 โดยนำผลของการ

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 มาสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาแนวทางการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน ร่วมกับผู้ใช้งานวิจัย / ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย

1) นำแบบสอบถามไปแจกและรับคืนด้วยตนเอง ตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ทั้ง 6 จังหวัด

2) ประสานกับตัวแทนในแต่ละจังหวัดและจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์เพื่อดำเนินการ เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ที่รับผิดชอบ

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (SPSS for Windows) (เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test , ANOVA)

สำหรับเกณฑ์การแปลความหมายของระดับความพึงพอใจภายหลังการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว มีรายละเอียด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.49
หมายถึง พึงพอใจในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.50 - 2.49
หมายถึง พึงพอใจในระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.50 - 3.49
หมายถึง พึงพอใจในระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.50 - 4.49
หมายถึง พึงพอใจในระดับมาก
คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.50 - 5.00
หมายถึง พึงพอใจในระดับมากที่สุด

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากแบบสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล (Depth interview) คณะผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis)

สรุปผลการวิจัย

จากข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัย สามารถนำมาอธิบายเพื่อตอบคำถามวิจัยในประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

คำถามวิจัยข้อที่ 1 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีลักษณะเป็นอย่างไร

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี แต่อย่างไรก็ตามจากการที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดช่วงอายุในแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว เป็น 15-24 ปี, 25-34 ปี, 35-44 ปี, 45-54 ปี, 55-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงอายุที่แตกต่างจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเล็กเพียงเล็กน้อย จากผลการวิจัยที่ค้นพบในครั้งนี้ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี ซึ่งสามารถพิจารณาได้ว่าผลการวิจัยที่ได้รับมีความสอดคล้องกับสถิติของนักท่องเที่ยวที่สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 (**www.tat.or.th/stst/web/ststic_tst.php**) ที่พบว่าอายุของนักท่องเที่ยว

ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอยู่ระหว่าง 25-34 ปี การที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20 -30 ปี สามารถอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวอยู่ในช่วงวัยที่ชอบความแปลกใหม่และพร้อมจะเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ อีกทั้งมีหน้าที่การงานที่ค่อนข้างจะมั่นคงแล้ว มีรายได้เป็นของตนเองจึงต้องการที่จะท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีความสอดคล้องผลการวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าผู้เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 40 ปี เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี หรือปริญญาตรี ที่เป็นเช่นนี้สามารถอธิบายได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นแหล่งโบราณสถาน มีโบราณวัตถุ และมีวัฒนธรรมขอมที่มีชื่อเสียงระดับที่นานาชาติยอมรับ ดังนั้น นักท่องเที่ยวที่จะมาท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ส่วนใหญ่จึงเป็นผู้ที่สนใจจะเรียนรู้ เชิงวิชาการ ต้องการศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ อย่างจริงจัง นอกเหนือจากการได้เที่ยวพักผ่อนหย่อนใจแต่เพียงอย่างเดียว

ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมก่อนการเดินทางท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ใช้เวลาในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า 1 เดือน ซึ่งไม่สอดคล้องผลการวิจัยของสถาบัน วิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าผู้เดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีการวางแผนในการเดินทางและการใช้จ่าย ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากปัจจุบันแหล่งข้อมูลในการสืบค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาวางแผนการท่องเที่ยวมีมากขึ้น เช่น อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ จึงทำให้ระยะเวลาในการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวใช้เวลาน้อยลง สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นการพักผ่อน หรือเปลี่ยนบรรยากาศ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของสายฝน ยวนแหล นารี วีระกิจ และสรายุทธ มัลลัม (2548 : บทคัดย่อ) ที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เพื่อการพักผ่อนและเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ๆ เป็นหลัก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของชินวัฒน์ อรรถเวทิน (2545 : บทคัดย่อ) ที่พบว่านักท่องเที่ยวซึ่งเป็นประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน และสอดคล้องกับแนวคิดวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ 1) การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง 2) การติดต่อธุรกิจ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548 : บทคัดย่อ) และนับว่าเป็นข้อเท็จจริงที่ปฏิเสธไม่ได้ที่ว่าการที่บุคคลทุกคนจะเดินทางท่องเที่ยวก็เพื่อเป็นการพักผ่อนหลังจากที่เหน็ดเหนื่อยจากการปฏิบัติงานประจำ หรือเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศที่จำเจจากที่บ้านหรือในที่ทำงาน สำหรับในประเด็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มอีสานใต้ พบว่าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติตัดสินใจเลือกเดินทางมาเที่ยวเพราะ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติมาก่อน เช่น อุทยานประวัติศาสตร์เขาพนมรุ้ง อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย เขาพระวิหาร ฯลฯ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคย

เดินทางมาเที่ยว สนใจที่จะเดินทางมาเที่ยวเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริงตามที่ได้รับฟังมา

สำหรับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เวลาในการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดอีสานใต้ประมาณ 2-3 วัน ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 (www.tat.or.th/stst/web/ststic_tst.php) และสอดคล้องกับผลการวิจัยของชินวัฒน์ อรรถเวทิน (2545 : บทคัดย่อ) ที่พบว่านักท่องเที่ยวซึ่งเป็นประชากรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวครั้งละ 3 วัน มากที่สุด แต่ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทยส่วนใหญ่มีจำนวนวันพักเฉลี่ยประมาณ 12.4 วัน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้เวลามากกว่า 5 วัน ซึ่งเป็นระยะเวลาที่มากกว่าข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 สามารถอธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รวมระยะเวลาทั้งหมดที่เดินทางในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ไม่ได้เฉพาะเจาะจงที่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง นอกจากนี้ส่วนใหญ่ยังนิยมเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง ซึ่งก็จะใช้เวลาในการเดินทางเพิ่มขึ้น

สำหรับค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ค่าใช้จ่ายน้อยกว่า 300 บาท ซึ่งมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่าข้อมูลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ในปี พ.ศ. 2549 (www.tat.or.th/stst/web/ststic_tst.php) และเช่นเดียวกับผลการวิจัยของเนาวรัตน์ พลายน้อยและคณะ (2538 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณคนละ 624 บาทต่อวัน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้ความสำคัญต่อการซื้อของระหว่างการเดินทางน้อยลง ประกอบกับของฝาก/ของที่ระลึกที่มีจำหน่ายมีขนาดใหญ่ น้ำหนักมากยากต่อการขนย้ายในระหว่างที่เดินทาง ในขณะเดียวกันอาหารสำเร็จรูปที่ราคาไม่แพงมีจำหน่ายตามร้านสะดวกซื้อมากขึ้น ร้านอาหารท้องถิ่นมีจำนวนมากและราคาถูก ที่พักมีราคาให้เลือกที่หลากหลายระดับ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความพร้อมของค่าใช้จ่ายที่มีอยู่ จึงมีผลทำให้ค่าใช้จ่ายต่างๆ ในระหว่างที่เดินทางท่องเที่ยว มีจำนวนน้อยลง

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีความแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า มีผลการวิจัยที่น่าสนใจ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสถานที่พัก ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบริษัททัวร์ท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยแล้วระดับความพึงพอใจสูงกว่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยทุกด้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของบุญเลิศ เปเรร่า (2543 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรให้คะแนนความสำคัญเฉลี่ยต่อองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง และให้ความสำคัญมากต่อองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจ โรงแรมที่พัก โครงสร้างพื้นฐาน บริษัทนำเที่ยว และภัตตาคารร้านอาหารและแหล่งท่องเที่ยว แลยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของวชิราภรณ์ โลหะชาละ (2545 : บทคัดย่อ) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่

เข้ามาเที่ยวและพักค้างคืนในจังหวัดเชียงรามีความพึงพอใจต่อบริการที่พักในระดับสูง ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ไปท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งแปลกใหม่ และนักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้คาดหวังสูงเกี่ยวกับด้านต่างๆ ก่อนมาท่องเที่ยว เมื่อได้มาแล้วและพบว่าดีกว่าที่คาดไว้จึงมีความพึงพอใจมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย อย่างไรก็ตาม ระดับความพึงใจในทุกด้านของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและชาวไทยอยู่ระหว่าง 2.73-3.87 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง ถึงปานกลางค่อนไปทางมาก ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในเขตพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังต้องได้รับการพัฒนาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และเอกชน รวมทั้งต้องอาศัยความร่วมมือจากคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่าช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีผลต่อความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านร้านอาหารและภัตตาคาร สามารถอธิบายได้ว่าช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี และมีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งซึ่งเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งบุคคลทั้งสองกลุ่มอาจส่งผลให้ระดับความพึงพอใจทั้งสองด้านนี้แตกต่างกัน และผลการวิจัยก็ปรากฏผลเช่นเดียวกันคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้แตกต่างกันมีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารและภัตตาคารแตกต่างกัน ซึ่งอธิบายได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้ที่แบ่งได้เป็นสองกลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มที่มีรายได้สูงกับกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ดังนั้นจึงอาจทำให้มีความต้องการหรือมีความพึงพอใจในเรื่องของอาหารแตกต่างกัน สำหรับในเรื่องอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพแตกต่างกัน พบว่า มีความพึงพอใจในด้านร้านอาหารและภัตตาคาร ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีระดับการศึกษา ช่วงอายุ รายได้ และอาชีพ ที่ต่างกันมีความพึงพอใจในทุกด้านโดยภาพรวมแล้วไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความแตกต่างกับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในส่วนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมุ่งเน้นความสะดวกสบาย ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นประเด็นหลักสำหรับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน ทำได้อย่างไรบ้าง

สำหรับแนวทางในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่กลุ่มจังหวัดเขตอีสานใต้กับสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านนั้น จากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีข้อเสนอแนะสำหรับ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัด สมาคม/ชมรมธุรกิจท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ในการวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืน ดังต่อไปนี้

1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว : จากผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนมากพบปัญหาด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความสกปรก แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมไม่ได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ตติยาพร จารุมณีรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาชา (2548 : บทคัดย่อ) ที่พบว่าจุดด้อยของภาพลักษณ์ในแต่ละผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของพื้นที่จังหวัด

ภูเก็ต พังงาและกระบี่ คือด้านความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยวและความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค กองอุทยานต่างๆ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีแนวทางในกาพัฒนาดังนี้

1.1 จัดระเบียบสถานที่ท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และการจัดการ โดยจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความสะดวกและความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งในบริเวณที่เป็นอันตรายแก่นักท่องเที่ยว มีป้ายแนะนำข้อควรปฏิบัติในขณะท่องเที่ยว

1.2 จัดให้มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวตระหนักในด้านการร่วมด้วยช่วยกันรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงความสวยงามเช่นเดิม

1.3 จัดอบรมเพิ่มพูนความรู้ในด้านภาษาต่างประเทศ ด้านการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้กับคน ในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับการสร้างสัมพันธไมตรีที่ดีต่อนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

1.4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรปรับแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยเน้นการส่งเสริมประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นประเภทโบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้มากขึ้นและควรวางแผนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน ได้ด้วย เพื่อให้เกิดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

1.5 หน่วยงานภาครัฐ ควรกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สามารถเชื่อมโยงอีสานใต้สู่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยเปิดช่องผ่านชายแดนทุกช่องที่เกี่ยวข้องและสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เพื่อความหลากหลายของเส้นท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้าน (กัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว)

2. ด้านสถานที่พัก : จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมพักโรงแรมในเขตตัวเมืองมากที่สุด รองลงมาคือบ้านญาติ/เพื่อนสำหรับชาวไทยและเกสต์เฮ้าส์สำหรับชาวต่างชาติ ดังนั้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวเพิ่มการเข้าพักแรม ณ ที่พักประเภทต่างๆ ให้มากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจพักแรมควรสร้างพันธมิตรกับบริษัทท่องเที่ยวให้มากขึ้น เข้าร่วมโครงการต่างๆ กับภาครัฐ การกำหนดอัตราค่าห้องพักควรรักษามาตรฐานที่ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวเดือดร้อน ที่พักจะต้องมีระบบความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน เช่น การติดตั้งโทรทัศน์วงจรปิด พัฒนาทักษะการบริการแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง

3. ด้านร้านอาหารและภัตตาคาร : ผู้ประกอบการประเภทร้านอาหาร ภัตตาคารควรวางแนวทางในการเพิ่มคุณภาพการบริการโดยขอความร่วมมือกับหน่วยงานสาธารณสุขในการตรวจสอบมาตรฐานของร้านอย่างต่อเนื่อง พัฒนาทักษะการบริการให้แก่พนักงานในด้านการสร้างสัมพันธไมตรีต่อลูกค้า

4. ด้านผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก : เพื่อให้ร้านขายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ควรใช้แนวทางในการปฏิบัติ ดังนี้

4.1 ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายควรเน้นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้จากท้องถิ่นของตนเองเป็นหลักเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

4.2 ควรมีมาตรฐานด้านการกำหนดระดับราคาที่มีมาตรฐานกับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.3 ควรสร้างเครือข่ายระหว่างผู้-ประกอบการผลิตภัณฑ์เดียวกันเพื่อให้เกิดการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ และเกิดความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก : จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมาด้วยตนเองโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย และมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวนหนึ่งนิยมใช้บริการเช่ารถเพื่อเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้น กรมทางหลวง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีแนวทางดังต่อไปนี้

5.1 ปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐาน เช่น ถนน เส้นทางการคมนาคมหลัก/รอง ปรับปรุงป้ายบอกทางให้มีภาษาต่างประเทศควบคู่ไปด้วยจัดบริการน้ำดื่มที่สะอาดให้กับนักท่องเที่ยวตามจุดต่างๆ อย่างทั่วถึงและดูแลความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ

5.2 กรมการขนส่งควรเพิ่มระบบการคมนาคมขนส่งและเพิ่มรถเมล์ในเส้นทางการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น ตลอดจนกำกับดูแลในเรื่องระยะเวลาการปล่อยรถให้เป็นไปตามตารางเวลาที่กำหนด

6. ด้านบริษัทท่องเที่ยว : จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางด้วยตนเองและเดินทางไปแบบไปด้วยตนเอง ดังนั้นบริษัทท่องเที่ยวควรมีกลยุทธ์การตลาดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มการใช้บริการจากบริษัททท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้นจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษและตามวัยต่างๆ เพิ่มขึ้นและควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายควบคู่กันไปด้วย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นไปได้ รวมถึงผลดี ผลกระทบของการเปิดเส้นทางการท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ที่จะต้องใช้จุดผ่านแดนในเขตชายแดนที่ติดกับประเทศกัมพูชาและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นทางผ่านไปสู่แหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน

2. ควรมีการศึกษาในด้านองค์ประกอบที่ส่งเสริมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในแต่ละจังหวัดของกลุ่มอีสานใต้ เพื่อนำไปสู่การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ที่แตกต่างกัน

3.ในแต่ละจังหวัดที่อยู่ในกลุ่มพื้นที่อีสานใต้ควรมีการศึกษาศักยภาพของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแต่ละประเภท เพื่อที่จะได้ปรับปรุง พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่รับผิดชอบของแต่ละจังหวัด ให้เป็นที่น่าสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก http://www.Tat.or.th/province.asp?prov_id=31

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.** พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชัยภูมิ. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก http://www.hamanan.com/tour/chaiyaphum/index.htm.

ชัยภูมิ ที่พัก ท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก http://www.thai-tour.com/thai-tour/Northest/Chaiyaphum/main.htm

ชัยภูมิ แผนที่จังหวัดชัยภูมิ ทุ่งดอกกระเจียว. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก http://www.moohin.com/041/

ชินวัฒน์ อรรถเวทิน. (2545). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากรอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ตติยาพร จารุมณีรัตน์ และศิริชัย ศิลปอาชา. (2548). **การศึกษาเปรียบเทียบภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่จากมุมมองของนักท่องเที่ยวและเจ้าบ้าน.** คณะอุสาหกรรมบริการ : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

นครราชสีมา. (2549). ค้นเมื่อ 4 พฤศจิกายน 2549, จาก http://www.thai-tour/Norhteast/Nakornratchsima/main.htm.

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นิคม จารุมณี. (2544). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ.

บุรีรัมย์. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก http://www.moohin.com/045/Buriram/main.htm

บุญเลิศ เปเรร่า. (2543). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรต่อการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย.** (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ ซี.พี.บุ๊ค สแตนดาร์ด.

ประเทศไทย : ท่องเที่ยว : ศรีสะเกษ. ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2549. จาก http://www.relaxzy.com/province/srisaket/index.htm

สายฝน ยวนแหล นารี วีระกิจ และสรายุทธ มัลลัม. (2548). **พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่.** คณะอุตสาหกรรมบริการ : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตภูเก็ต.

สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2549, จาก www.tat.or.th/stst/web/ststic_tst.php

สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน. (2549). ค้นเมื่อ 5 กรกฎาคม 2550 จาก www.ttresearch.org/E-Journal/index.asp?ID=&tpid=0

ศรีสะเกษ. (2549). ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2549, จาก http://www.thai-tour/Norhteast/srisakes/main.htm

สุรินทร์. (2549). ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2549, จาก http://www.thai-tour/Norhteast/surin/main.htm

สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ. (2545). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.** เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อุบลราชธานี. (2549). ค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2549, จาก http://www.thai-tour/Norhteast/Ubon/main.htm

อุบลราชธานี. (2549). ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2549. จาก http://www.hamanan.com/tour/ubonratchathani/index.htm

การพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทของประเทศไทย : การถ่ายทอดองค์ความรู้จากประสบการณ์ในประเทศฝรั่งเศส

Rural Tourism Development in Thailand:
The transferability of knowledge from the French experiences

เพชรศรี นนท์ศิริ
มหาวิทยาลัยนเรศวร
Petchsri noonsiri
Naresuan University

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและอธิบายสถานการณ์การท่องเที่ยวชนบทของประเทศไทยและประเทศฝรั่งเศสในมุมมองเชิงเปรียบเทียบ ในประเทศไทย ได้เลือกพื้นที่กรณีศึกษาที่จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและองค์การที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว การศึกษาในประเทศฝรั่งเศส ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ผลจากการศึกษาจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทจากประเทศฝรั่งเศสสู่ประเทศไทยต่อไป

จากการศึกษา พบว่า ลักษณะเด่นของการท่องเที่ยวชนบทของฝรั่งเศสอยู่ที่ การจัดการที่พักในพื้นที่ชนบทอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่การท่องเที่ยวชนบทของประเทศไทย โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของการท่องเที่ยวและพักค้างคืนแบบ “โฮมสเตย์” ซึ่งปัจจุบันพบว่า “โฮมสเตย์” มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่ยังขาดการจัดการที่เป็นรูปธรรมและขาดการกำหนดกรอบเพื่อรองรับอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้น

Abstract

This paper aims to present a conceptual approach of sustainable tourism as well as a situation of rural tourism development in Thailand in comparison to France. In Thailand, Samut Songkhram province was chosen as a case study. The research was conducted by a participatory action research observation and in-dept interview on stakeholders engaging in tourism industries. In France, the research was carried out by the analysis of secondary data. The outcome of research leads to the policy recommendations for rural tourism in Thailand which was based on the comparison with the case study of French rural tourism development.

The results showed that, French rural tourism management has been focused on the accommodation management. The effectiveness in accommodation management by French government has caused the continuous growth in tourism businesses at all levels. On the other hand, the rural tourism in Thailand has found mainly in the form of “Home stay” which

has tremendously increased since 2000. However, research found that the rural tourism development in Thailand is lacking of providing good tourism management knowledge for local people as well as lacking of clear direction of management

คำนำ

ประเทศฝรั่งเศส เป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นอันดับหนึ่งของโลก ติดต่อกันเป็นเวลานานนับสิบปี โดยในปี 2547 ประเทศฝรั่งเศสมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) ประมาณ 75 ล้านคน ซึ่งก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 4 หมื่นสองพันล้านยูโร และในปีเดียวกัน ประเทศไทยซึ่งมีนโยบายหลักในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 11 ล้านคน และก่อให้เกิดรายได้ประมาณ 1 หมื่นล้านยูโร (http://www.wto.org)

การท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยว ซึ่งในประเทศฝรั่งเศสนั้น การท่องเที่ยวชนบท มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก จึงได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเป็นอย่างดี โดยนอกจากรัฐบาลจะมองว่าการท่องเที่ยวชนบทเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ชนบทแล้ว ยังเห็นว่าการท่องเที่ยวชนบทจะช่วยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวในเมืองเดินทางท่องเที่ยวในชนบท ทำให้เกิดการกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่อย่างสมดุล ในขณะที่การท่องเที่ยวของประเทศไทย ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา มองการท่องเที่ยวชนบทเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้เสริมสู่ท้องถิ่น และกระตุ้นให้คนในชุมชนรวมกลุ่มกันจัดการการท่องเที่ยวในชุมชนเพื่อฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อใช้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศฝรั่งเศสได้ยึดหลักของการพัฒนาอย่างยั่งยืนเช่นเดียวกัน แต่ในทางปฏิบัติมักพบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังขาดประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเท่าที่ควร ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมตามมา ในขณะที่การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศฝรั่งเศสมีการระบบการบริหารจัดการที่ค่อนข้างมีประสิทธิภาพ ยังผลให้สามารถรับมือกับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมหาศาล โดยยังคงไว้ซึ่งความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติไว้อย่างสมบูรณ์ ดังนั้นประเทศฝรั่งเศสจึงเหมาะสมสำหรับการเป็นแบบอย่างในการศึกษาเพื่อนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมกับประเทศไทยต่อไป

1. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับการพัฒนาท้องถิ่น (Sustainable Tourism and Local development)

1.1 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

จากการประชุมขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งจัดขึ้นในปี 1987 ณ เมืองบรันท์แลนด์ (Brundtland) ประเทศนอร์เวย์ ประเด็นของ “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” ได้ถูกหยิบยกขึ้นมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศของประเทศสมาชิกต่างๆ ในครั้งนั้น Madame Gro Harlem Brundtland นายกรัฐมนตรีของประเทศนอร์เวย์ ได้เสนอให้ที่ประชุมใช้คำว่า “Sustainable Development” ซึ่งองค์การสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาโลกได้สรุปให้คำจำกัดความของคำจำกัด

ความไว้ว่า "เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการด้านทรัพยากรของคนในปัจจุบัน โดยไม่เป็นการลดทอนศักยภาพและความพอใจในการใช้ทรัพยากรของคนในอนาคต" หลังจากนั้น ประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้ตอบรับแนวคิด "การพัฒนาอย่างยั่งยืน" รวมทั้งมีการกำหนดแนวทาง รูปแบบการนำไปใช้ให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่นแผนปฏิบัติการณ์ที่เรียกว่า "Agenda 21" ที่เกิดขึ้นจากการประชุมที่ เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิลในปี ค.ศ. 1992 ที่กล่าวถึงแผนปฏิบัติของการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกในศตวรรษที่ 21 โดยแผนนั้นได้เน้นถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทรัพยากร ธรรมชาติ ขจัดปัญหาความยากจน และในครั้งเดียวกันนี้การท่องเที่ยวถูกกำหนดให้เป็นแนวทางหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืนด้วย

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยที่ทรัพยากรเหล่านี้มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะเป็นแหล่งผลิตกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น"การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน" จึงเป็นแนวทางในการอนุรักษ์และเสริมสร้างศักยภาพของการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิด "ความยั่งยืน" ด้วย

ในการประชุม Globe'90 ณ ประเทศคานาดา ได้ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ว่า หมายถึง "การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง" การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ จึงหมายถึง การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะเดียวกันก็สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศให้คงอยู่จนถึงอนาคตด้วย"

แนวความคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) นั้น มุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปรับวิธีการการจัดการให้เข้ากับยุคสมัยและการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลก โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ต้องอยู่ภายใต้กรอบของ "ความยั่งยืน" กล่าวคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสามารถตอบสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องส่งผลกระทบด้านลบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมให้น้อยที่สุด หลักการพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังที่กล่าวจะต้องได้รับการยอมรับและนำไปปฏิบัติโดยทุกหน่วยงาน ทั้งภาครัฐฯ ซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยว และภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้นำไปปฏิบัติ โดยเฉพาะภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด (ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร ธุรกิจสินค้าที่ระลึก และธุรกิจสวนสนุก เป็นต้น) ทั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่น

การท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาความแปลกใหม่และหลีกหนีจากสังคมเมือง โดยการเพิ่มทางเลือกในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ วัฒนธรรมที่ห่างไกลออกไป ในขณะเดียวกันก็เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่นด้วย โดยนำเสนอในรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือก เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) หรือการท่องเที่ยวสีเขียว (Green Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)

การท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism) ซึ่งหมายรวมถึงการท่องเที่ยวแบบ Home Stay และ Farm Stay[1] การท่องเที่ยวทางเลือก จึงถือได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งซึ่งนำไปสู่แนวทาง "การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน"

1.2 การพัฒนาท้องถิ่น (Local Deve-lopment)

แนวคิดด้านการพัฒนาท้องถิ่น (Local Development Concept) เป็นการศึกษาถึงกระบวนการของคนหรือกลุ่มคนในสังคมต่อการพัฒนาหรือเพิ่มคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งโดยเฉพาะท้องที่ชนบท (DATAR, 1972/ PECQUEUR, 1991) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและให้โอกาสในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินชีวิต เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของมนุษย์ (UN, 1978) จะเห็นได้ว่า การพัฒนาท้องถิ่นประกอบด้วยองค์ประกอบด้านการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม สังคมวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่อยู่บนพื้นฐานของการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นและเกี่ยวข้องโดยตรงกับเศรษฐกิจท้องถิ่น เช่น ทางภาคเหนือของไทยมีกิจกรรมเดินป่า เข้าไปในพื้นที่ภูเขาสูง และท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกลเพื่อสัมผัสกับวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ การเที่ยวชมวิถีชีวิตชาวสวนในภาคกลาง การท่องเที่ยวและพักผ่อนตามทะเล ชายหาดที่สวยงามในภาคตะวันออก การเที่ยวชมแหล่งโบราณคดี วัด และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การเดินทางของนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ค่าใช้จ่ายจากการเดินทาง ค่าที่พัก อาหารและสินค้าที่ระลึก ทำให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้แก่คนในชุมชน การท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ส่งเสริมให้เกิดการอนุรักษ์ศิลปะทางวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตในชุมชน รวมทั้งการฟื้นฟูวัฒนธรรมที่สูญหายไปให้ฟื้นคืนกลับมาอีกครั้ง นอกจากนี้การจัดการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการรวมกลุ่มของคนในสังคมเพื่อทำงานร่วมกัน และยังเป็นการสร้างความสมานฉันท์ให้เกิดขึ้นในสังคม เช่น "หมู่บ้านท่องเที่ยว (OTOP Tourism Village)" เป็นการเรียก หมู่บ้านหรือชุมชนที่มีการผลิตสินค้าที่เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน เช่น การทอผ้า การประดิษฐ์หัตถกรรมจักสาน ที่มีลักษณะโดดเด่นและเข้าร่วมโครงการ "หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product)" เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมสำคัญประการหนึ่งที่จะกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่น และเพิ่มคุณภาพชีวิตให้แก่คนในชนบท รวมทั้งลดปัญหาความแออัดของสังคมเมือง อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชนนั้น ทำให้เกิดผลด้านลบต่อแหล่งท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน ฉะนั้นการที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่น จึงควรมีการวางแผนอย่างรอบคอบ และยึดหลักของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism Development)

ประชากรจำนวนร้อยละ 75 ของประเทศยากจน อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่เรียกว่า "ชนบท" สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

1. Home Stay และ Farm Stay เป็นรูปแบบที่พักในชนบท คือ Home Stay นักท่องเที่ยวจะพักรวมกับเจ้าของบ้าน ส่วน Farm Stay นั้น นักท่องเที่ยวจะพักอยู่ในบ้านพักในฟาร์มเลี้ยงสัตว์ อย่างไรก็ตามลักษณะการพักทั้งสองแบบนี้มักจะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรมของเจ้าของบ้านและเจ้าของฟาร์มควบคู่ไปด้วยเสมอ จึงอาจถูกเรียกว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง

เช่น อุทยานแห่งชาติ ภูเขา ทะเลสาบ น้ำตก ฯลฯ (IFAD, 2002 : 15) ฉะนั้นเมื่อกล่าวถึงการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่เหล่านี้ จึงไม่อาจปฏิเสธได้ว่า เป็นการพัฒนาพื้นที่ชนบทไปในคราวเดียวกัน อนึ่งความหมายหรือคำจำกัดความของคำว่า **"ชนบท"** ยังเป็นที่ถกเถียงกันของนักวิชาการและนักพัฒนาการท่องเที่ยว Ashley และ Maxwell ได้อธิบายถึงลักษณะพื้นฐานของ **"ชนบท"** ไว้ว่า

- พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นทุ่งหญ้า สวน ป่าไม้ แม่น้ำ ภูเขา และทะเลทราย ส่วนที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานหรือสาธารณะประโยชน์มีน้อย
- ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม
- พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์และราคาไม่สูง
- อยู่ห่างไกลชุมชนเมือง การเข้าถึงไม่สะดวก

นอกจากนี้ องค์กรเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและความร่วมมือระหว่างประเทศ (The Organization of Co-operation and Economic Development) ยังอธิบายถึงลักษณะของ **"ชนบท"** เพิ่มเติมอีกว่า เป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากรน้อย โครงสร้างทางสังคมไม่ซับซ้อนนัก รวมทั้งประชากรยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางประเพณีและวัฒนธรรมไว้อย่างเหนียวแน่น

จะเห็นได้ว่า ลักษณะโดยรวมของพื้นที่ในชนบทส่วนใหญ่ เป็นพื้นที่ที่ยังต้องการการพัฒนา ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึง โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

อย่างไรก็ตามจากการวิจัยของ Holland Burian และ Dixey ซึ่งกล่าวถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จและลักษณะของพื้นที่ชนบท ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทนั้นมีอุปสรรคหลายอย่างดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงช่องว่างของความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวและลักษณะของพื้นที่ชนบท

ความต้องการพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยว	ลักษณะโดยทั่วไปของพื้นที่ชนบท
สินค้า/สินค้าที่มีคุณภาพ	สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่ต้องการของตลาด หายากและมีราคาสูง
การเข้าถึง/โครงสร้างด้านการคมนาคมขนส่ง/ระยะทางที่ไม่ไกลจนเกินไป/ความสะดวกสบายพอสมควร	ไกลจากตัวเมือง/การเข้าถึงไม่สะดวก/ระบบการคมนาคมขนส่งไม่สะดวกและเพียงพอ
การลงทุนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	ข้อจำกัดด้านเงินลงทุนสูง เช่น การให้สินเชื่อ
ทักษะของการบริการและการต้อนรับ	ทักษะการให้บริการน้อยหรือขาดมาตรฐาน
คุณภาพและความเพียงพอของสินค้าหรือวัตถุดิบ เช่น อาหาร	การผลิตเชิงพาณิชย์ที่ยังไม่ได้คุณภาพ/ระยะทางจากตลาด
ทักษะด้านการตลาด	ความไม่เชื่อมโยงด้านเครือข่ายทางการตลาด
การจัดกลุ่มของสินค้าทางการท่องเที่ยวเพื่อทำการขายร่วม (Package)	การขายรวมผลิตภัณฑ์(Package)ยังขาดความร่วมมือเท่าที่ควร
การลงทุนของรัฐบาล	รัฐบาลให้ความสำคัญกับการลงทุนน้อย

ที่มา : ปรับปรุงจาก Holland, Burian and Dixey, Tourism in Poor Rural Areas: Diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic, 2003.

จากตารางข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทส่วนใหญ่ เป็นปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจหรือการตลาด ด้านเศรษฐกิจและด้านการขนส่ง ซึ่งปัญหาเหล่านี้ จะต้องใช้เวลาและงบประมาณค่อนข้างมากในการแก้ไข อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ดำเนินงานโดยภาคเอกชน แต่รัฐบาลก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดแนวทางหรือนโยบายในการสนับสนุนและแก้ไขปัญหา ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน การสนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยว การกำหนดนโยบาย กฎข้อบังคับต่างๆ การฝึกอบรมบุคลากร รวมถึงการพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยวในระดับประเทศด้วย

2.1 แนวคิดของการท่องเที่ยวชนบท

ในทวีปยุโรป การท่องเที่ยวชนบทถือเป็นทั้งปรากฏการณ์เก่าและใหม่ในเวลาเดียวกัน กล่าวคือ ในประวัติศาสตร์ยุโรป กล่าวถึงการเดินทางไปในพื้นที่ห่างไกลจากสังคมเมืองของกษัตริย์และขุนนางในราชสำนักมาเป็นเวลาช้านาน ถือเป็นการท่องเที่ยวในยุคเก่า ส่วนการท่องเที่ยวในยุคใหม่เกิดขึ้นในช่วงศตวรรษที่ 19 ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื่องจากภาวะกดดันจากเศรษฐกิจตกต่ำหลังสงคราม ทำให้คนเมืองแสวงหาแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ชนบทที่อยู่ห่างไกลกลายเป็นจุดหมายปลายทางของนักแสวงหาความสงบร่มเย็นของธรรมชาติ ดังจะเห็นได้จากบทกวี ภาพวาดและงานศิลปะของนักกวีและจิตรกรส่วนใหญ่ในยุคนั้น ที่นำเสนอเกี่ยวกับความสุนทรีย์และทัศนียภาพอันงดงามของชนบท

สำหรับ ความหมายของ “การท่องเที่ยวชนบท” นั้น มีการให้ความหมายที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ แต่ละประเทศ ขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมที่นำเสนอ ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นกิจกรรมที่เกิดตามสภาพภูมิประเทศ อาชีพและวิถีชีวิตของแต่ละพื้นที่ แต่โดยทั่วไปแล้วกิจกรรมการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับการเกษตร การให้บริการที่พัก และการนำเสนอวิถีชีวิตของคนในชุมชน เช่น ประเทศฮังการี เรียกการท่องเที่ยวชนบทว่า “Village Tourism” ประเทศสโลเวเนีย เรียก “tourism on family farm” ประเทศเนเธอร์แลนด์ ส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการในลักษณะ “camping on the farm” ประเทศกรีซ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการแบบ B&B (Bed and Breakfast) เป็นต้น

แต่โดยรวมแล้ว “การท่องเที่ยวชนบท” หมายถึง “การท่องเที่ยวทุกรูปแบบที่เกิดขึ้นในพื้นที่ชนบท” โดยGannon, 1998 ได้ให้คำจำกัดความที่มีผู้นิยมนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายไว้ว่า “การท่องเที่ยวชนบท หมายถึง กิจกรรม การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่มีการจัดการโดยเกษตรกร (farmer) และ/หรือคนในชนบท เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังท้องถิ่น เนื่องจากความต้องการสร้างรายได้เสริมแก่ธุรกิจของตน” ซึ่งถ้าพิจารณาจากความหมายนี้จะเห็นว่าการท่องเที่ยวชนบทไม่ได้หมายถึงเพียงการท่องเที่ยวในแหล่งเกษตรกรรม (Agro-tourism) หรือในฟาร์มสัตว์ (farm tourism) เท่านั้น แต่ยังหมายถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น กิจกรรมตามความสนใจพิเศษอื่นๆ ในวันหยุด (ดูนก ตกปลา ขี่ม้า) การเดินป่า สันทนาการกลางแจ้ง รวมถึงการให้บริการที่พัก การจัดกิจกรรมพิเศษ (การแสดงกลางแจ้ง การแสดงแสง สี เสียง) งานเทศกาลหรือประเพณีท้องถิ่นต่างๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ชนบท และยังหมายรวมถึงการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกประเภทหัตถกรรมและสินค้าจากการเกษตรอีกด้วย

2.2 การท่องเที่ยวชนบทของประเทศฝรั่งเศส

ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้วว่า การท่องเที่ยวเป็นเสมือนเครื่องมืออย่างหนึ่งในการพัฒนา

ท้องถิ่น การระดมกำลังจากผู้เกี่ยวข้อง และการสนับสนุนจากรัฐฯ จะทำให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาขึ้นในภูมิภาคต่างๆ ประเทศฝรั่งเศสเป็นประเทศหนึ่งที่ประสบปัญหาการลดจำนวนลงของประชากรในชนบท เนื่องจากการอพยพเข้าสู่ตัวเมือง การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท จึงเป็นการช่วยฟื้นคุณค่าและให้ความสำคัญแก่ชนบทอีกครั้ง การพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทของประเทศฝรั่งเศสใช้วิธีการระบายกระแสนักท่องเที่ยวออกไปในแต่ละพื้นที่อย่างสมดุล ซึ่งมีวิธีการปฏิบัติสองอย่างคือ การจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่นให้เป็นไปอย่างเหมาะสม และการสร้างความหลากหลายของอุปทานการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของสถานที่และช่วงเวลา ดังนั้น “การท่องเที่ยวชนบท” จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความสมดุลระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว และเพิ่มทางเลือกในการเดินทางท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดความรุนแรงของผลกระทบด้านลบอันอาจจะเกิดขึ้นจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่กระจุกตัวอยู่ ณ พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งมากเกินไป

การท่องเที่ยวชนบทได้ให้ความสำคัญกับพื้นที่ทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ในท้องถิ่นชนบท โดยเน้นการนำเสนอกิจกรรมซึ่งมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เน้นความหลากหลายของระบบนิเวศ พร้อมทั้งการให้ความรู้สึกที่เป็นกันเองและราคาที่ย่อมเยาแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้คนเมืองหันมาให้ความสนใจการท่องเที่ยวชนบทมากขึ้น

การพักค้างคืนในชนบทถือว่าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างหนึ่ง ที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว เพราะนอกจากจะได้อยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติแล้ว นักท่องเที่ยวยังมีโอกาสเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่น และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ร่วมด้วย นักท่องเที่ยวที่ค้างคืนในชนบทส่วนใหญ่นิยมพักค้างคืนในที่พักประเภทห้องพักแบ่งเช่าที่อาศัยอยู่กับเจ้าของบ้าน (Chambres d’hôtes) และที่พักประเภทต่างๆ ในพื้นที่ชนบท (Le gîte rural) ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมดูแลของสมาพันธ์ที่พักอาศัยแห่งประเทศฝรั่งเศส (Fédération Nationale des gîtes de France)

2.3 ธุรกิจที่พักในชนบท : อัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวชนบทฝรั่งเศส

ธุรกิจที่พักในชนบท นับว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท ซึ่งประเทศฝรั่งเศสถือเป็นแม่แบบของการจัดการด้านที่พักทุกรูปแบบ ในชนบทของฝรั่งเศสเราสามารถหาที่พักได้ไม่ยากนัก แม้เป็นชุมชนขนาดเล็กที่มีประชากรอาศัยอยู่แค่ 250 คน ที่พักในชนบทถือว่าเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของการท่องเที่ยวชนบทในประเทศฝรั่งเศส เพราะมีอยู่เป็นจำนวนมากและเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือช่วงวันหยุดยาวของชาวฝรั่งเศส ตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงต้นเดือนกันยายน ที่พักจะถูกจองล่วงหน้าเป็นเวลานาน โดยเฉพาะที่พักใกล้ชายทะเล และในเขตแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

ธุรกิจที่พักในชนบท เป็นธุรกิจที่มีอัตราการเติบโตสูง ในปี 2002 พบอัตราการเปิดกิจการใหม่ร้อยละ 11 เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.4[2] เจ้าของกิจการเป็นทั้งคนในชุมชนและคนภายนอก ที่เข้ามาลงทุนซื้อบ้านหรือฟาร์ม และทำการปรับปรุงและแปรสภาพเป็นที่พักให้เช่า

2. อ้างถึง Fédération Nationale des gîtes de France, 2002 ใน L’agence pour la Création d’Entreprises; Ouvrezun gîtes rural, 2e édition, 2004.

โดยการลงทุนนั้นอาจมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินหรือแหล่งเงินทุนอื่น เป็นการจัดการธุรกิจที่หวังผลกำไร การบริหารจัดการจะแยกเป็นอิสระต่อกัน ไม่ใช่รูปแบบการจัดการในลักษณะรวมกลุ่มเช่นที่พบในประเทศไทย

ธุรกิจที่พักส่วนใหญ่จะเข้าร่วมเป็นสมาชิกสมาพันธ์ที่พักอาศัยแห่งชาติ (Fédération Nationale des gîtes de France) ที่ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ การตลาดและการพิจารณาให้ตราสัญลักษณ์ (Label) ซึ่งเป็นการรับรองคุณภาพและมาตรฐานของที่พัก “Gîtes de France” ก่อตั้งเมื่อปี 1951 ปัจจุบันมีสมาชิกที่พักที่ได้ตราสัญลักษณ์ของสมาพันธ์กว่า 56,000 แห่ง[3] สมาพันธ์นี้มีหน้าที่ออกข้อกำหนดด้านมาตรฐานที่พักเพื่อให้ตราสัญลักษณ์รับรองมาตรฐานและตรวจสอบประเมินมาตรฐานและคุณภาพที่พักที่ได้รับตราสัญลักษณ์ทุกๆ 5 ปี ตราสัญลักษณ์ที่ให้เป็นที่รู้จักกันในรูปแบบต่างกันออกไป เช่น

รูปที่ 1: ตราสัญลักษณ์ Gîte de France

รูปที่ 2 : รวงข้าว (des épis) มีตั้งแต่ 1-5 รวง

รูปที่ 3: กุญแจ (des clés de vacances)

จำนวนของสัญลักษณ์แต่ละตัว จะบอกถึงสภาพแวดล้อม ระดับของความสะดวกสบาย จำนวนสิ่งอำนวยความสะดวกและราคาของที่พัก การให้ตราสัญลักษณ์ที่พักนี้ นับเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์แก่สินค้า ทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการเลือกใช้บริการตามคุณภาพและราคาที่ตนพอใจ ประเภทที่พักในกลุ่มนี้ ประกอบด้วย

1. ที่พักสำหรับกางเต้นท์ (Camping) เป็นพื้นที่ธรรมชาติ ที่จัดไว้สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว ลักษณะที่พักจะเป็นเต้นท์ บ้านพักขนาดเล็กแบบชั่วคราว และให้บริการสถานที่จอดรถแบบ camping car โดยจะมีการจัดเตรียมสาธารณูปโภคพื้นฐานเช่น ห้องน้ำ ไฟฟ้า น้ำประปา สระว่ายน้ำ ส่วนใหญ่จะมีบริการร้านอาหารและกิจกรรมสันทนาการร่วมด้วย เป็นที่พักราคาประหยัด

2. ที่พักในชนบท (Le gîte rural) คำว่า “Le gîte” หมายถึง ที่พักหรือที่อยู่อาศัย ฉะนั้น “Le gîte rural” จึงหมายถึง ที่พักหรือที่อยู่อาศัยที่ตั้งในชนบท Chade faud ได้ให้ความหมายไว้ว่า “เป็นบ้านหรือห้องชุดเก่าที่ถูกซ่อมแซมปรับปรุงและตกแต่งขึ้นใหม่ เพื่อบริการให้เช่าแก่นักท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดประจำปี”[4] การพักแบบนี้ นักท่องเที่ยวจะมีโอกาสทำความรู้จักกับเจ้าของบ้าน และได้ชิมรสอาหารที่ทำเองในบ้าน เช่น ขนมปัง เนยแข็ง ขนมหวาน ไวน์ ฯลฯ

3. ห้องพักในบ้านที่มีเจ้าของบ้านอยู่ด้วย (Chambres d’Hôtes) กว่าร้อยละ 50 ของที่พักในชนบทมีลักษณะเป็น “Chambres d’Hôtes”[5] หรือเรียกว่า “Bed & Breakfast” หรือ “Homestay” เจ้าของบ้านจะจัดห้องพักเป็นห้องๆ มีลักษณะคล้ายโรงแรมเล็กๆ ประมาณ 6 ห้อง โดยมากจะเป็นการพักค้างคืนระยะสั้นประมาณ 1-3 คืน ขายพร้อมกับอาหารเช้า บางแห่งอาจมีการให้บริการอาหารมื้อพิเศษ

3. www.gîtes- de- France.fr

4. Chade faud (M.) : “Les gîtes ruraux”, Les cahiers du tourisme, Aix-en-Provence, 1968, série A,n°10,23p., cf.p.2.

5. Fédération Nationale des gîtes de France

หรือที่เรียกว่า “la table d’hôtes” ร่วมด้วย

4. ที่พักสำหรับเด็กและเยาวชน (Gîte d’enfants et d’adolescents) เป็นที่พักสำหรับเด็กและเยาวชนอายุประมาณ 4-15 ปี จัดขึ้นในช่วงปิดภาคเรียนหรือวันว่างต่างๆ ที่พักอาจเป็นที่พักซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณฟาร์มปศุสัตว์ และมีการนำเสนอกิจกรรมเกี่ยวกับสัตว์ การเลี้ยงสัตว์ หรือกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรร่วมด้วย

5. ที่พักสำหรับนักเดินป่า (Gîte d’étape/ Gîte de séjour) เป็นสถานที่ให้บริการที่พักแก่นักเดินป่าสำหรับ 1 หรือ 2 คืน ลูกค้าอาจเป็นกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มประมาณ 20-50 คน ที่พักอาจเป็นลักษณะห้องพักหรือห้องโถงรวมขนาดใหญ่

6. บ้านพักสัมผัสธรรมชาติ (Chaletsloisirs) เป็นบ้านพักเดี่ยวแยกอิสระ ตั้งอยู่ในป่าหรือพื้นที่เขาสูง ที่พักออกแบบให้มีลักษณะกลมกลืนกับธรรมชาติ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

ปัจจุบัน Gîte de France ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของที่พักเพื่อการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติในประเทศฝรั่งเศสและที่พักซึ่งขอรับตราสัญลักษณ์เพื่อรับรองมาตรฐานที่พักอาศัยนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการด้านท่องเที่ยวแบบท้องถิ่น สถานที่ตั้งต้องมีความสงบและอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ อีกทั้งที่พักต้องร่วมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมตามชนบท ซึ่งสังเกตได้ว่า ที่พักลักษณะนี้มักจะตั้งห่างออกไปจากตัวเมือง และนอกจากตราสัญลักษณ์ที่ออกให้โดย Gîte de France ดังกล่าวแล้ว เรายังพบตราสัญลักษณ์ที่ออกให้โดยสมาคม “Bien venue à la ferme” อีกด้วย ซึ่งตราสัญลักษณ์ของสมาคมนี้จะออกให้กับที่พักในฟาร์ม (Les fermes auberges) หรือรายการทัศนศึกษาในฟาร์มสำหรับเด็กและเยาวชน ในช่วงปิดภาคเรียน (Les fermes pédagogiques) ซึ่งส่วนมากมักมีที่พักในฟาร์มไว้คอยบริการด้วยเช่นกัน ปัจจุบันสมาคม “Bien Venue à la ferme” มีสมาชิกประมาณ 5,600 ฟาร์ม และในการดำเนินงานของสมาคมก็จะมีการประสานงานกับ Gîte de France ด้วย

อย่างไรก็ตามในชนบททั่วไป เราก็ยังสามารถพบโรงแรมขนาดเล็กแบบดั้งเดิม (L’hôtel trditionnelle) อยู่ ซึ่งที่พักแบบดังกล่าวเป็นรูปแบบของโรงแรมที่เก่าแก่ที่สุด ตั้งอยู่ในชุมชนและมีขนาดเล็ก มีทั้งโรงแรมที่มีตราสัญลักษณ์และไม่มีตราสัญลักษณ์ (รูปดาว) โดยทั่วไปจะมีบริการอาหารและเครื่องดื่มกาแฟ (café) ร่วมด้วย และในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวลูกค้าส่วนใหญ่มักจะเป็นคนในท้องถิ่น

2.4 ตราสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว : สัญลักษณ์แห่งคุณค่าของการท่องเที่ยวชนบทฝรั่งเศส

การให้ตราสัญลักษณ์ เป็นหนึ่งในกุศโลบายของการอนุรักษ์ พัฒนา และเพิ่มมูลค่ามรดกทางวัฒธรรม และวิถีชีวิตชนบท และในแง่ของการตลาด “ตราสัญลักษณ์” เปรียบเสมือนเครื่องมือที่ใช้ประชาสัมพันธ์และบอกคุณภาพ ระดับ และราคาของสินค้า ซึ่งลูกค้าสามารถคาดหวังสินค้าหรือบริการที่จะได้รับจากตราสัญลักษณ์ที่แสดงไว้ ซึ่งนอกจาก “ตราสัญลักษณ์” ด้านที่พักแล้ว ประเทศฝรั่งเศสยังมีการให้ตราสัญลักษณ์แก่แหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย เช่น “สมาคมหมู่บ้านที่สวยที่สุดในประเทศฝรั่งเศส” (L’association des plus beaux villages de France) ก่อตั้งเมื่อปี 1998 ปัจจุบันมีสมาชิกอยู่ประมาณ 138 ชุมชน แรกทีเดียวเป็นการรวมกลุ่มกันของชุมชนต่างๆ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณเดียวกัน โดยมีวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการสร้างเครือข่ายทางการพานิชย์และการท่องเที่ยว ต่อมา ทางสมาคมฯ ได้พิจารณาให้ตราสัญลักษณ์ประเภท “หมู่บ้านที่

มีเอกลักษณ์เฉพาะ (les villages caractères)" แก่แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะพิเศษ มีเอกลักษณ์และลักษณะเด่นทางด้านสถาปัตยกรรม วัฒนธรรมและแหล่งธรรมชาติ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างสำนึกต่อการพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยจะพิจารณาให้ตราสัญลักษณ์ตามพื้นที่ทางการปกครอง เช่น "villages de caractère d'Ardèche"[6] ประกอบด้วย 8 ชุมชน[7] ที่ได้รับตราสัญลักษณ์ โดยจะมีข้อกำหนดสำหรับชุมชนที่ต้องการเข้าร่วมโครงการฯ เช่น จะต้องเป็นชุมชนที่มีประชากรไม่เกิน 1,500 คน มีลักษณะเด่นทางกายภาพหรือพื้นที่ เช่น มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างที่มีเอกลักษณ์และความน่าสนใจ และมีลักษณะความเป็นท้องถิ่นด้านเศรษฐกิจและสังคม และเมื่อได้รับพิจารณาเข้าร่วมโครงการแล้ว จะต้องปฏิบัติตามข้อผูกพันต่างๆ เช่น

- ควรมีการจัดกิจกรรมการผลิตสินค้าศิลปหัตถกรรมต่างๆ
- ควรมีแหล่งการค้าที่อยู่ไม่ไกลนัก
- ต้องมีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเช่น การแสดงกลางแจ้ง ขบวนแห่ทางประเพณี
- ต้องจัดกิจกรรมเที่ยวชมหรือศึกษาแหล่งมรดกทางสถาปัตกรรม วัฒนธรรม หรือธรรมชาติต่างๆ
- ต้องมีการจัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อศึกษาเรียนรู้มรดกของท้องถิ่นในด้านต่างๆ
- ต้องมีการจัดนิทรรศการชั่วคราว

นอกจากนี้ยังมีข้อบังคับหรือข้อแนะนำอื่นๆ ในเรื่องการบริหารจัดการ การต้อนรับและการอนุรักษ์รักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อม กำหนดเป็นข้อปฏิบัติสำหรับสมาชิกอีกด้วย

3. สถานการณ์การท่องเที่ยวชนบทในประเทศไทย

จุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทของประเทศไทยเกิดจากการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการมีส่วนร่วมในการพัฒนาตนเองของคนในชุมชน ในการนี้ รัฐบาลได้ออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น (Decentralization) เกิดเป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่นนำการท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือในการสร้างรายได้แก่ชุมชน ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย รวมทั้งกิจกรรมการพักค้างคืนในชนบท (Homestay)[8]

การท่องเที่ยวชนบทของประเทศไทยเป็นที่รู้จักในนามของ "การท่องเที่ยวชุมชน (Community Based Tourism : CBT)" โดยมีหลักการอยู่ที่การส่งเสริมการทำงานกลุ่มของชุมชนด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดย "การจัดการการท่องเที่ยวจะต้องเป็นความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ทุกคนในสังคมจะต้องมีส่วนร่วมคิด ร่วมปฏิบัติ ร่วมได้รับประโยชน์ โดยผู้ที่

6. Département de l'Ardéche เป็นเขตปกครองที่แทบเท่ากับจังหวัดในประเทศไทย ตั้งอยู่ในในภูมิภาค Rhône-Alpes

7. Villages de caractére d' Ardéche ประกอบด้วย Alba-la-Romain, Antraigues, Balazuc, Bannes, Beauchatel, Labeaume, Saint Montan, Vogüe.

8. Homestay เป็นรูปแบบที่พักประเภทหนึ่ง ที่เจ้าของบ้านแบ่งห้องพักในบ้านตนให้นักท่องเที่ยวหรือนักศึกษาต่างชาติเข้าพัก สำหรับ Homestay ในประเทศไทยถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในชนบทอย่างหนึ่ง เพราะนอกจากนักท่องเที่ยวจะพักค้างแรมร่วมกับเจ้าบ้านในชนบทแล้ว ยังมีมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ ด้วย เช่น การท่องเที่ยงเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตท้องถิ่นร่วมด้วย

ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสูงสุดต้องเป็นคนในชุมชน ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และมีการบำรุงรักษาอย่างดีที่สุด"[9] บ้านพักแบบ "โฮมสเตย์" ถือเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือรูปแบบการพักประเภทหนึ่งที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายของชุมชนท้องถิ่น หลายชุมชนเริ่มเรียนรู้วิธีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อหวังให้การท่องเที่ยวนำรายได้เสริมมาสู่ชุมชนของตน การจัดการจะเป็นการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชน มีการกำหนดบทบาทหน้าที่โดยการ "จัดกลุ่มภารกิจ" เช่นกลุ่มที่พัก กลุ่มอาหาร กลุ่มผลิตสินค้าที่ระลึก เป็นต้น มีการจัดสรรเงินรายได้เข้าสู่ศูนย์กลางเพื่อนำมาพัฒนากิจการท่องเที่ยวของกลุ่ม

อย่างไรก็ตาม ในการบริหารการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ก็ก่อให้เกิดปัญหาขึ้นหลายอย่าง ทั้งนี้เนื่องจากบุคลากรในชุมชนมีข้อจำกัดหลายด้าน เช่น การลงทุน ความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ความไม่มีจุดยืนหรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการจัดการท่องเที่ยว ทำให้เกิดผลกระทบด้านลบเกิดขึ้นตามมา เช่น ค่านิยมและวิถีชีวิตชาวบ้านที่เปลี่ยนไป เกิดความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ของคนในชุมชน มีการรบกวนระบบนิเวศธรรมชาติ สูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น

3.1 กรณีศึกษา "ธุรกิจโฮมสเตย์จังหวัดสมุทรสงคราม"

การท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงครามเริ่มต้นได้รับความนิยมสูงสุดภายหลังการเปิดตัวของ "ตลาดน้ำยามเย็น" หรือ "ตลาดน้ำอัมพวา" ในปี 2549 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นถึงปีละประมาณ 500,000 คน กิจกรรมท่องเที่ยวหลักที่นำเสนอ ได้แก่ การนั่งเรือหางยาวชมวิถีชีวิตชาวคลองและหิ่งห้อย การพักค้างคืนกับชาวบ้าน ณ บ้านทรงไทยโบราณหรือ "โฮมเตย์" และการศึกษาเรียนรู้การทำการเกษตร เช่น การทำเตาตาลหรือทำน้ำตาลจากมะพร้าว การทำสวนส้มโอและสวนผลไม้ต่างๆ โดยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้เกิดการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ ธุรกิจให้บริการเรือหางยาว ธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก และธุรกิจขายอาหารให้นักท่องเที่ยว การขยายตัวของธุรกิจเหล่านี้ทำให้เกิดการสร้างงานในท้องถิ่น และการหมุนเวียนของเศรษฐกิจสู่ชุมชน ส่งผลให้ชาวบ้านมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แต่ขณะเดียวกัน จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ก็ทำให้เกิดการทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังเช่น ข่าวในหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ ฉบับวันที่ 30 มิ.ย. 2550 ได้เสนอข่าวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามไว้ว่า "อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามเป็นอีกแห่งหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยว ที่ส่งผลเสียหายต่อความสมดุลของระบบนิเวศ ความหลากหลายทางชีวภาพ แม้แต่รูปแบบเอกลักษณ์วัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตชุมชนค่อยๆ เปลี่ยนไป ไม่ว่าจะเป็นการลดลงของป่าชายเลน มลพิษทางน้ำและเสียง พื้นที่ริมน้ำถูกบุกรุกทำลาย ปริมาณสัตว์น้ำ รวมทั้งหิ่งห้อยลดลง ซึ่งขัดแย้งกับลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม" จากข่าวดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของการท่องเที่ยวที่ขาดประสิทธิภาพในการเตรียมพร้อมของการจัดการด้านอุปทานทางการท่องเที่ยว

9. มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ, 2548 อ้างถึงใน คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนและบ้านพักแบบโฮมสตย์, สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2548.

การท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม เริ่มต้นจากการรวมกลุ่มกันของชาวบ้าน “ชุมชนปลายโพงพาง” ในฐานะ “สมาคมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยปลายโพงพาง” ปัจจุบันมีสมาชิกประมาณ 18 หลังคาเรือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมกันอนุรักษ์บ้านทรงไทยที่อยู่มากกว่า 100 หลังคา ในตำบลฯ ในปี 2545 ได้นำเสนอโครงการ “นอนบ้านทรงไทยที่ปลายโพงพาง” จากจุดเล็กๆ กลายเป็นความสำเร็จของ การพักค้างคืนแบบ “โฮมสเตย์” ของจังหวัดสมุทรสงคราม

ปัจจุบัน ธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์เป็นกิจการที่ได้รับความสนใจจากคนในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ใกล้คลองอัมพวา โดยเฉพาะบริเวณที่ใกล้กับตลาดน้ำฯ เจ้าของบ้านหลายหลังเริ่มมีการลงทุนปรับปรุงพื้นที่บ้านของตนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวพักค้างคืน โดยใช้ “โฮมสเตย์” เป็นจุดขาย ภายในระยะเวลาไม่ถึงสองปี สำนักงานการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามประเมินว่า น่าจะมีบ้านพักที่เปิดรับนักท่องเที่ยวมากกว่า 200 แห่ง ลักษณะของบ้านพักมีทั้งที่เป็นบ้านทรงไทยและบ้านสมัยใหม่ มีการปรับปรุงพื้นที่เดิมและก่อสร้างเพิ่มเติม ทั้งในรูปแบบที่เป็นโฮมสเตย์ เกสเฮ้าส์และรีสอร์ท โดยมีการจัดการเป็นรูปแบบธุรกิจอย่างเต็มตัวและมีการบริหารงานเป็นอิสระ มิได้เป็น “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” เช่นในอดีต

ในปี 2550 ผู้เขียนได้มีโอกาสลงศึกษาในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม ด้วยวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participated observation) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) พบประเด็นที่น่าสนใจเช่น

- กรณีเกี่ยวกับการเติบโตแบบไร้ทิศทางของธุรกิจ “โฮมสเตย์” ซึ่งจากการศึกษาพบว่าธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ กำลังได้รับความนิยมอย่างสูง จึงทำให้มีชาวบ้านหรือนักลงทุน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่นทำการปรับปรุง และสร้างที่พักลักษณะคล้ายบ้านพักตากอากาศหรือเกสเฮาส์เพิ่มเติมขึ้นจำนวนประมาณ 3-5 หลัง หรือประมาณ 10 เตียงในบริเวณเดียวกับตัวบ้านเดิม หรือปรับปรุงห้องพักในบ้านเดิม ให้มีลักษณะเป็นห้องพักสำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และมักเรียกชื่อที่พักดังกล่าวโดยขึ้นต้นว่า “โฮมสเตย์....” ซึ่งสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดสมุทรสงครามให้ความเห็นว่าสาเหตุที่ธุรกิจที่พักที่เปิดตัวใหม่ มักใช้ชื่อ “โฮมสเตย์” นั้น เนื่องจากธุรกิจประเภทนี้กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว และเป็นธุรกิจชุมชนที่ได้รับการยกเว้นการเรียกเก็บภาษี กล่าวคือสถานประกอบการที่มีที่พักไม่เกิน 5 หลัง จะไม่เข้าข่ายข้อกำหนดของ พระราชบัญญัติการโรงแรม ปี 2547 ซึ่งผู้ประกอบการที่เป็นชาวบ้านมีความ เข้าใจว่าการดำเนินการตามข้อกำหนดของ พรบ.นี้จะนำมาซึ่งความยุ่งยากซับซ้อนในการบริหารจัดการ เพราะต้องถูกควบคุมในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานของตัวอาคาร ระบบการกำจัดน้ำเสีย การจัดระเบียบการเข้าพัก และ ระบบการชำระภาษี ทำให้ผู้ประกอบการพยายามหลบเลี่ยงการเข้าข่ายต้องบังคับตาม พรบ.นี้ ยังผลให้รัฐฯ เกิดความยุ่งยากในการสำรวจติดตาม ทำให้ขาดฐานข้อมูลเพื่อจะนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- กรณีเกี่ยวกับมาตรฐานที่พักแบบ “โฮมสเตย์” ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่า ตามที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา ได้พิจารณาให้ตราสัญลักษณ์ “มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” กับบ้านพักสัมผัสวัฒนธรรมชนบทที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้านต่างๆ เพื่อรับรองคุณภาพของการให้บริการแบบโฮมสเตย์นั้น ปรากฏว่าในจังหวัดสมุทรสงครามมีกลุ่มโฮมสเตย์บ้านหัวหาด อ.อัมพวา เพียงกลุ่ม

เดียวที่ได้รับตราสัญลักษณ์ “มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” แต่ในส่วนของตำบลปลายโพงพาง ซึ่งเป็นชุมชนแห่งแรกของจังหวัดที่ริเริ่มจัดการที่พักแบบโฮมเตย์กลับไม่ได้รับตราสัญลักษณ์นี้ ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องพบว่าสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ชุมชนนี้ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน เนื่องจากพบว่ามีการสร้างที่พักอาศัยในลักษณะกึ่งรีสอร์ทหรือบังกาโลเพิ่มเติมในบริเวณบ้านพักโฮมสเตย์ของสมาชิกบางคน ซึ่งที่พักอาศัยที่สร้างเพิ่มเติมดังกล่าวถือว่ามีลักษณะไม่ตรงกับคุณสมบัติเด่นของ ที่พักแบบ “โฮมสเตย์” ที่เจ้าของบ้านและนักท่องเที่ยวจะต้องพักอาศัยอยู่ร่วมกัน

- กรณีเกี่ยวกับการบริหารการตลาดสมัยใหม่ ผ่านทางระบบพาณิชย์อีเล็คทรอนิกส์ (e-commerce) โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานประชาสัมพันธ์ของจังหวัดฯ ผ่านทางเวปไซต์ของ www.maeklongtoday.com บ้านพักแบบโฮมสเตย์ที่ทางการสามารถสำรวจได้ จะได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ดังกล่าว ซึ่งจะให้รายละเอียดเกี่ยวกับตัวบ้าน ลักษณะของที่พัก ราคา กิจกรรมการท่องเที่ยว และระเบียบวิธีการสำรองที่พัก ในส่วนของตำบลปลายโพงพางได้จัดทำเวปไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์กิจการของตนเช่นกัน และถึงแม้ว่าชุมชนนี้จะไม่ได้รับตราสัญลักษณ์ “มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย” แต่ก็มีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยให้ความเชื่อมั่นในการบริการ อาจเนื่องด้วยการทำตลาดผ่านเวปไซต์ที่สามารถแสดงรูปภาพและบรรยากาศของสถานที่จริง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจเสาะหาข้อมูลเพิ่มเติมและตัดสินใจซื้อในที่สุด

จากข้างต้น แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวชนบทของประเทศไทย ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากเดิมที่รัฐบาลฯ ส่งเสริมให้ชุมชนนำการท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อเป็นรายได้เสริม ปัจจุบันกลายเป็นแหล่งที่ทำรายได้จำนวนมหาศาลให้แก่ชุมชน ซึ่งในอนาคตธุรกิจการท่องเที่ยวอาจมีความสำคัญมากขึ้นจนกลายเป็นแหล่งรายได้หลักของคนในชุมชนอย่างในประเทศฝรั่งเศสก็เป็นได้

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545-2549) ได้กล่าวถึงนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทย ที่มีเป้าหมายหนึ่งเพื่อมุ่งสู่การเป็น “แหล่งท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพ (Quality Destination)” การจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้นั้น จะต้องมีการเตรียมความพร้อมด้าน

อุปทานทางการท่องเที่ยว (supply) อย่างรอบคอบและรัดกุม เนื่องจากลักษณะของชุมชนที่มีความอ่อนไหวและเปราะบางต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมภายนอก ถ้าขาดการเตรียมการที่ดีแล้ว อาจทำให้เกิดผลในด้านลบตามมา จากที่กล่าวมาข้างต้น การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทของไทยมักจะประสบกับปัญหาด้านการจัดการและการเข้าถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการขาดองค์ความรู้ด้านการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์และการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว ดังนั้น รัฐบาลฯ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาจึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท โดยนอกจากรัฐควรจะเป็นผู้ที่กำหนดนโยบาย และออกระเบียบปฏิบัติต่างๆ ที่เหมาะสมแล้ว รัฐยังควรที่จะต้องทำหน้าที่ในฐานะพี่เลี้ยง คอยให้คำแนะนำ ถ่ายทอดองค์รู้ใหม่ๆ และที่จำเป็น แก่ชุมชนอีกด้วย

4. แนวทางการถ่ายทอดองค์ความรู้จากประเทศฝรั่งเศส

ในประเทศฝรั่งเศส หน่วยงานรัฐบาลมีบทบาทสำคัญต่อการวางแผนและเป็นตัวกลาง

ประสานความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วน ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตลอดจน องค์กร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทำให้การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผล ดังนั้น การถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศส จึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการเรียนรู้เพื่อหาวิธีการที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทไทย

จากที่ได้กล่าวในเบื้องต้น การจัดการการท่องเที่ยวชนบทของประเทศฝรั่งเศสมีลักษณะเด่นอยู่ที่การให้บริการที่พักในชนบท พร้อมกับการจัดระดับของที่พักโดยมีการให้ตราสัญลักษณ์หรือสลากแห่งคุณภาพแก่ที่พัก และแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นกลยุทธ์ในการควบคุมคุณภาพของที่พักและแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในขณะเดียวกันก็เป็นการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา อนุรักษ์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสิ่งรองรับทางการท่องเที่ยว (supply) ด้วย

จากตัวอย่างการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสงครามและอีกหลายชุมชนในประเทศไทยเช่น บ้านสลักเพชร อ.เกาะช้าง จังหวัดตราด ชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา ฯลฯ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจที่พักในพื้นที่ชนบท มีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ และเป็นรูปแบบที่มีความหลากหลายมากขึ้น รวมทั้งรูปแบบการจัดการที่เริ่มเปลี่ยนจากการจัดการโดยการรวมกลุ่มของชุมชน เป็นลักษณะการจัดการแบบเดี่ยวหรืออิสระ ฉะนั้นรัฐบาลควรมีการวางแผนรับมือที่มีประสิทธิภาพ

4.1 แนวคิดการจัดตั้งองค์กรเพื่อดูแลกิจการที่พักในชนบทโดยเฉพาะ

ในประเทศฝรั่งเศสมีสมาพันธ์ที่พักอาศัยแห่งชาติ (Le Fédération des gîtes de France) ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแล จัดประเภทที่พักและพิจารณาจัดระดับของที่พัก โดยการให้ตราสัญลักษณ์รูปรวงข้าว เพื่อเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพตามที่อธิบายมาข้างต้น นอกจากนี้สมาพันธ์ยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับที่พักและรับจองที่พักสำหรับสมาชิกผ่านเว็ปไซด์ www.gîtes-de-france.fr" www.gîtes-de-france.fr การประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ การได้ข้อมูลที่ครบถ้วน และความเชื่อมั่นต่อตราสัญลักษณ์ ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ต้องการข้อมูลด้านที่พักจะนึกถึงเวปไซด์ของสมาพันธ์นี้เป็นลำดับแรก สมาพันธ์ฯ จึงเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของที่พักที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เจ้าของธุรกิจที่พักที่เปิดใหม่สมัครเข้าเป็นสมาชิกเพื่อประโยชน์ด้านการตลาด และพัฒนาสถานที่พักของตนให้ได้คุณภาพมาตรฐานเพื่อขอรับการจัดระดับคุณภาพต่อไป

ดังที่กล่าวมาข้างต้น ธุรกิจที่พักในชนบทของประเทศฝรั่งเศสที่มีอยู่จำนวนมาก มีการจัดการแบบเดี่ยวเป็นอิสระต่อกัน ถ้าขาดระบบการบริหารจัดการที่ดีแล้ว อาจส่งผลถึงคุณภาพของการบริการและเกิดปัญหาอย่างอื่นตามมา ซึ่งการลงทะเบียนเข้าเป็นสมาชิกของสมาพันธ์ฯ ของผู้ประกอบการนั้น ส่งผลให้รัฐบาลมีฐานข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิกที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเก็บภาษีอากรและควบคุมมาตรฐานราคา และการบริการของที่พักอาศัย อันทำให้ประเทศฝรั่งเศสกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเมืองหรือชนบท

จากตัวอย่างการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจที่พักในจังหวัดสมุทรสงคราม ธุรกิจที่พักที่มีจำนวนมากและมีการจัดการแบบเดี่ยว ทำให้ระบบการติดตามของรัฐบาลยุ่งยากมากยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้ประกอบการบางส่วนยังพยายาม

หลบหลีกการติดตามของรัฐฯ เพราะความกังวลเรื่องภาษี ทำให้รัฐบาลขาดฐานข้อมูลที่สำคัญอันจะนำมาใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้น การจัดตั้งหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบดูแลเรื่องที่พักในชนบทโดยตรง จะเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทของประเทศไทยให้เป็นระบบและมีแนวทางที่ชัดเจนมากขึ้น อย่างไรก็ตามหน่วยงานนี้จะต้องสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ประกอบการโดยจะต้องทำให้ผู้ประกอบการตระหนักเห็นถึงความสำคัญด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์จากตราสัญลักษณ์ รวมถึงการจัดการระบบพาณิชย์อีเล็คทรอนิกส์ให้มีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิ ผลทางการขาย เช่น การพัฒนาระบบให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ให้ข้อมูลครบถ้วน มีความน่าสนใจและสามารถสำรองที่พักและชำระเงินค่าสินค้าผ่านทางเวปไซด์ได้โดยปลอดภัย ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะทำให้ผู้ประกอบการเกิดความสมัครใจขอเข้าร่วมเป็นสมาชิกฯ

อย่างไรก็ดี การจัดตั้งศูนย์หรือหน่วยงานดังกล่าวนี้ จะต้องมีการศึกษาอย่างจริงจังถึงคุณประโยชน์ ข้อดี ข้อเสียของการจัดตั้งหน่วยงานฯ ทั้งนี้ควรต้องได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากภาครัฐบาล ภาคเอกชน หน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นและประชาชนทั่วไป

4.2 แนวคิดการให้คำจำกัดความและการแบ่งประเภทที่พักในชนบท

การนำแนวคิดเรื่องการให้คำจำกัดความที่ชัดเจนของการให้บริการที่พักในชนบท เป็นตัวอย่างหนึ่งที่ควรศึกษา จากที่กล่าวมาข้างต้นการให้บริการที่พักในชนบทของประเทศไทยปัจจุบันมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น แต่คนทั่วไปยังนิยมเรียกการให้บริการที่พักทุกประเภทในชนบทว่า “โฮมสเตย์” ทั้งที่ความเป็นจริงแล้วไม่ใช่ที่พักทุกประเภทที่จะเข้าข่ายของการเป็นกิจการรูปแบบนี้ ซึ่งการให้ตราสัญลักษณ์ “มารตรฐานโฮมสเตย์ไทย” เป็นการพิจารณาให้เครื่องหมายรับรองคุณภาพ แก่บ้านพักที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพในด้านต่างๆ โดยเกณฑ์ที่ให้นั้น พิจารณาจากการเป็นที่พักตามความหมายของคำว่า “โฮมสเตย์” เท่านั้น ทำให้ที่พักประเภทอื่น เช่น รีสอร์ท บังกาโล ไม่เข้าข่ายการได้รับตราสัญลักษณ์นี้ ฉะนั้นจึงควรมีการจัดแบ่งประเภทที่พักในแบบต่างๆ ที่ชัดเจน พร้อมทั้งสร้างตราสัญลักษณ์ที่มีความหลากหลายสำหรับที่พักประเภทต่างๆ ในชนบท

จากตัวอย่างของประเทศฝรั่งเศสที่มีการแบ่งที่พักในชนบทออกเป็นประเภทต่างๆ อันมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป เช่น ห้องแบ่งเช่า (les chambres d’hôtes) ที่พักสำหรับกางเต้นท์ (les camping) ที่พักสำหรับนักเดินป่า (les gîtes d’étapes) เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักได้ตามความสนใจและยังสามารถคาดหวังบริการและราคาได้อีกด้วย นอกจากนี้ระบบการจัดระดับมาตรฐานที่พักและการให้ตราสัญลักษณ์เพื่อบอกคุณภาพนั้น เกณฑ์การพิจารณาจะต้องคำนึงถึงธรรมชาติหรือลักษณะของที่พักแต่ละประเภทเป็นหลัก เช่นนั้นจึงเป็นการเปิดโอกาสให้ที่พักประเภทอื่นได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพและมาตรฐานอันจะช่วยยกระดับคุณภาพของที่พักในชนบทและแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวม

อย่างไรก็ตาม แนวคิดนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้เลย ถ้าไม่สร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการได้รับประโยชน์จากการได้รับเครื่องหมายรับรองคุณภาพแก่ผู้ประกอบการ และการสร้างระบบฐานข้อมูลแหล่งที่พักที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง และที่สำคัญจะต้องสร้างค่านิยมให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการเห็นคุณประโยชน์ของการเลือกใช้บริการสินค้าที่ได้รับตราสัญลักษณ์คุณภาพ ซึ่งการจะก่อให้เกิดผล

ดังกล่าวนั้นควรจะต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการเรื่องนี้อย่างจริงจัง

4.3 แนวคิดการให้ตราสัญลักษณ์แห่งคุณค่าแก่แหล่งท่องเที่ยว

ตัวอย่างของสมาคม "les plus beaux villages de France" ที่ทำหน้าที่ให้ตราสัญลักษณ์กับชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท เช่น ตราสัญลักษณ์ "les villages de caractère d'Ardèche" เป็นต้น การให้ตราสัญลักษณ์แก่แหล่งท่องเที่ยวนี้ เป็นกุศโลบายในการส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนช่วยกันอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมท้องถิ่น และเป็นอีกแนวทางหนึ่งเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน และยังผลประโยชน์ทางอ้อมด้านการท่องเที่ยวในประเทศฝรั่งเศส องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (โดยส่วนมากเป็น Conseil Général เทียบเท่าองค์การบริหารส่วนจังหวัดในประเทศไทย) มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดการรวมกลุ่มกันของชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันปฏิบัติภารกิจร่วมกันในการอนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรท้องถิ่น ดังตัวอย่างของท้องถิ่นที่มีการพิจารณาให้ตราสัญลักษณ์กับชุมชนในเขตปกครองของตน เช่น « petites cités de caractère retonne», « les petites cités de caractère des Pays de la Loire » เป็นต้น สังเกตได้ว่าในตราสัญลักษณ์นั้นจะบอกแหล่งที่มาหรือพื้นที่ด้วยเสมอ

ประเทศไทยเริ่มมีการให้ตราสัญลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว เช่น "ตราสัญลักษณ์รูปช้าง" เพื่อใช้รับรองสถานประกอบการท่องเที่ยว[10] ที่ผ่านการตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวไทย ตามที่สำนักพัฒนาการท่องเที่ยวกำหนดไว้ นอกจากนี้เรายังพบ "OTOP Village Tourism" เป็นการให้ยี่ห้อแก่ชุมชนที่มีการผลิตสินค้า OTOP และมีกิจกรรมเยี่ยมชมการผลิตสินค้า เช่น บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันตราสัญลักษณ์เหล่านี้ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากนัก

จากตัวอย่างการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของอำเภออัมพวานั้น พบว่าอำเภออัมพวามีลักษณะเด่นที่บ้านทรงไทยที่เป็นแบบไทยแท้ดั้งเดิมซึ่งหลงเหลืออยู่กว่า 200 หลัง และเป็นที่น่าเสียดายว่า เริ่มมีบางส่วนที่ถูกปรับปรุงเป็นแบบบ้านสมัยใหม่ ซึ่งการให้ตราสัญลักษณ์แก่แหล่งท่องเที่ยวกับอำเภออัมพวานั้นน่าจะเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยให้คนในชุมชนเห็นคุณค่าของการอนุรักษ์เอกลักษณ์ความเป็นไทยทางสถาปัตยกรรมไว้ได้

การพิจารณาให้ตราสัญลักษณ์แก่แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ต่างๆ นั้น เราควรจะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น และความเหมาะสมของแต่ละพื้นที่ เช่น ชุมชนปลายโพงพาง อาจจะให้ตราสัญลักษณ์ประเภท "Boutique Tourism Village" ชุมชนคีรีวง อาจได้รับตราสัญลักษณ์ประเภท "Ecotourism Village" และชุมชนบ้านโคกโก่งกาฬสินธุ์ เป็น "Cultural Village" เป็นต้น[11]

4.4 แนวคิดการบริหารการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การดำเนินการขององค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศฝรั่งเศส เป็นไปอย่างมีระบบ มีการ

10. 1. สำหรับมัคคุเทศก์ 2. สำหรับบริการห้องสุขาที่ถูกสุขลักษณะ 3. สำหรับการจัดบริการบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 4. สำหรับจัดการอาหารเครื่องเดิ่ม 5. สำหรับจัดที่พักชั่วคราว 6. สำหรับจัดพาหนะในการท่องเที่ยว 7. สำหรับจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 8. สำหรับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

11. คำเหล่านี้เพียงแต่เป็นแนวทางและความคิดเห็นส่วนตัวของผู้ศึกษา การให้ตราสัญลักษณ์ยังมิได้เกิดขึ้นจริง

ระดมความคิดและทำงานประสานร่วมกันเป็นอย่างดีตั้งแต่ระดับภูมิภาคจนถึงระดับท้องถิ่น มีการวางแผนการทำงานอย่างรัดกุมและสอดคล้องประสานกัน ทั้งในแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการ เช่น ในระดับจังหวัด สภาจังหวัดจะเป็นผู้วางแผนการจัดระเบียบด้านการท่องเที่ยว ส่วนคณะกรรมการท่องเที่ยวระดับจังหวัด (Le Comité Departemental du Tourisme) ซึ่งส่วนมากจะอยู่ในรูปแบบของสมาคม จะร่างแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับนโยบายของสภาจังหวัด และในระดับเทศบาล สภาเทศบาลจะเป็นผู้วางนโยบายการท่องเที่ยวในท้องถิ่น โดยอยู่ภายใต้กรอบและแนวทางของแผนในระดับจังหวัด

ในประเทศไทย ตามพรบ.กำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งองค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาล มีอำนาจหน้าที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นการกำหนดไว้อย่างกว้างๆ ไม่ชัดเจน ส่งผลให้การวางแผนและการกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว เกิดความซ้ำซ้อนและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้นในการจัดทำแผนในแต่ละครั้งมักจะมีลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดการประชุมการวางแผนร่วมกัน อนึ่ง ถึงแม้ว่าการพัฒนาในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่นของไทย ได้กำหนดให้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประจำปี และประจำ 5 ปีก็ตาม แต่ในทางปฏิบัติมักพบว่า โครงการต่างๆที่กำหนดขึ้นมิได้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ที่วางไว้ ปัญหาการขาดระบบการทำงานที่ชัดเจน และขาดการประสานงานกันอย่างมีประสิทธิภาพเช่นนี้ จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดรูปธรรมที่ชัดเจนและส่งผลให้แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเป็นไปอย่างไร้ทิศทาง

สรุป

การท่องเที่ยวชนบท เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่มีหลักการในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในขณะเดียวก็สามารถคงไว้ซึ่งคุณค่าทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของทรัพยากรเหล่านั้นจนถึงบรรพชนรุ่นต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าประเทศฝรั่งเศส เป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศแต่ละปีมีจำนวนมหาศาล แต่ด้วยแผนการจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกลยุทธ์การกระจายอุปสงค์ (Demand) ไปในพื้นที่ต่างๆ อย่างสมดุล ทำให้นอกจากจะช่วยลดอัตราการทำลายทรัพยากรลงได้แล้ว ยังเป็นการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคและท้องถิ่นอย่างสมดุลอีกด้วย

จากการศึกษากรณีตัวอย่างของการจัดการท่องเที่ยวชนบทของจังหวัดสมุทรสงคราม ทำให้เห็นสภาพปัญหาและอุปสรรคของการจัดการท่องเที่ยวชนบทของประเทศไทย ซึ่งอาจสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ในการแก้ไขปัญหามาใช้กับประเทศไทยได้ แต่อย่างไรก็ตาม การปรับใช้แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากต่างประเทศนั้น ต้องตระหนักถึงความเหมาะสมต่อสภาพเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆเป็นหลัก เช่น การให้ตราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายคุณภาพแก่ที่พักหรือแหล่งท่องเที่ยว จะต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่เหมาะสมกับสภาพสังคมไทย ตัวอย่างเช่น การจัดระดับที่พักแบบโฮมสเตย์ เกณฑ์ให้คุณภาพอาจจะไม่ใช่การพิจารณาจากความสะดวกสบายของที่พักเป็นหลัก แต่อาจให้ความสำคัญกับแหล่งที่พักที่มีความเป็น

เอกลักษณ์และมีกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตร่วมกับเจ้าของบ้านอย่างแท้จริง เป็นต้น การให้ตราสัญลักษณ์ เพื่อเป็นเครื่องหมายบอกคุณภาพและมาตรฐานของสินค้า จะต้องให้ความระมัดระวังเป็นพิเศษ เนื่องจากความพยายามสร้างให้เกิดมาตรฐานเดียวกัน อาจทำให้เกิดการสูญเสียคุณค่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้[12]

การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทนั้นจะประสบความสำเร็จไม่ได้เลยหากปราศจากความร่วมมือในการทำงานอย่างบูรณาการจากทุกฝ่าย อันประกอบด้วย รัฐบาลในฐานะพี่เลี้ยง ผู้สนับสนุนแหล่งเงินทุน และกฎระเบียบต่างๆ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในฐานะผู้บริหารกิจการท้องถิ่น ภาคเอกชน ในฐานะผู้รักษาคุณภาพของสินค้าและบริการ และเป็นตัวกลางระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค คนในชุมชน ซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการท่องเที่ยว โดยทุกฝ่ายต้องเล็งเห็นถึงคุณค่าของการพัฒนาทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดแต่ขณะเดียวกันก็ต้องคงไว้ซึ่งความยั่งยืนของทรัพยากรจนถึงรุ่นลูกหลาน

12. AMIROU Rachid, BACHIMON Philippe, le tourisme local: une culture de i'exotisme. L'HARMATTAN, 2000.

บรรณานุกรม

ฐากัดชัย เกียรติอัมพร, **อบต. กับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**, สมุทรสงคราม, 2549

ประมินทร์ แสนประสิทธิ์, พิมพ์เขียวของนายธวัช บุญพัด, สมุทรสงคราม, 2542

มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ, คู่มือ**การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนและบ้านพักแบบโฮมสเตย์**, สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ, การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน, บทความบนเวปไซค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549

วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, **อัมพวา**, กรุงเทพฯ, 2550

สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, **คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนและบ้านพักโฮมสเตย์**, เชียงใหม่, 2548

สุชาดา รัตนภูมิพงษ์, **วัฒนธรรมในฐานะที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ศึกษากรณีแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา**, วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ, 2546

องค์การบริหารส่วนตำบลปลายโพงพาง, **แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2550-2552)**, สมุทรสงคราม ,2550

Holland, Burian and Dixey, Tourism in Poor Rural Areas: Diversifying the product and expanding the benefits in rural Uganda and the Czech Republic, 2003

Journal of Hospitality & Tourism Research, Development : Evidence from Crete, , Vol. 29, No. 1, Greek, 2005, pages 67-90

NONSIRI Petchsri, Study on the socio-cultural impact on the village based overnight stay operation on the inhabitant: A case study on Plai Phong Phang Sub-district, Samutsongkhram Province, Thailand, Southern Cross University, 2002

Rodrigo Esponda, Rural Tourism as a Tool for Development in Maxico, Rural Tourism Conference organized by Planeta.com, 2005

TAMARA Ratz, Laszlo Puczko, Rural Tourism and Sustainable Development, paper presented in the "Rural Tourism Management: Sustainable Options", International Conference, Scotland, 1998

Ambassade de France à Bangkok Service de Coopération et d'Action culturelle Bureau de Coopération pour le français. Tourisme : L'expériennce française , Bangkok

AMIROU Rachid, BACHIMON Philippe, Le tourisme local: une culture de l'exotisme, L'HARMATTAN, 2000

AMIROU Rachid, BACHIMON Philippe, Tourisme et souci de l'autre. En hommage à Georges Cazes, L'HARMATTAN, 2005

Chadefaud (M.), Les gîtes ruraux, Les Cahiers du Tourisme, Aix-en-Provence, 1968, série A, n°10, 23 p.,cf.p.2

Conférence Permanente du Tourisme Rural, Quelle décentralisation pour le tourisme ?, Paris, 2002

Dehoorne O. : Tourisme et développement dans les campagnes Aveyronnaise, thèse, Poitier, 1996, 500 pages

Jay B. : Les labels de valorisation du patrimoine bâti et environnemental comme support de développement pour les communes rurales, le cas des villages de caractères, mémoire de maîtrise de géographie, Grenoble, 1999, 126 pages

L'agence pour la Création d'Entreprises; Ouvrez un gîte rural, 2e édition, 2004

Marie-Agnès SABOURAUD, 2001, Le tourisme en espace rural : Application aux villages de caractère Ardèchois , mémoire de maîtrise de géographie, Grenoble, 2001, 120 pages

Perret J. : Le développement touristique local, les stations de sports d'hiver ; thèse économie et développement, Grenoble, 1997, 400 pages

www.bienvenue-à-la-ferme.com

www.gîtes-de-france.fr" www.gîtes-de-france.fr

www.plypongpang.com" www.plypongpang.com

www.ttresearch.org

www.tat.org.th" www.tat.org.th

www.wto.org

คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้

Tourism Information Quality in South E-sarn

จุรีพร จันทร์พาณิชย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Chureeporn Chantarapanich
Buriram Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบ เนื้อหาสาระ ของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้และเพื่อศึกษาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดอุบลราชธานี ในแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และประเภทธรรมชาติทุกแหล่ง

สถานการณ์สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันสื่อส่วนใหญ่เป็นสื่อที่ผลิตโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 และเขต 2 นอกจากนั้นยังมีส่วนของสื่อที่ผลิตโดยสำนักงานจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ สำนักงานอุทยานแห่งชาติบางแห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล สื่อประเภทสิ่งพิมพ์เน้นการให้ข้อมูลด้านเนื้อหาค่อนข้างมาก มีภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบ ประเภทโทรทัศน์เน้นการใช้ข้อมูลการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสำคัญของแต่ละจังหวัด เวลาออกอากาศค่อนข้างน้อย สื่อประเภทวิทยุของจังหวัดจะนิยมนำเสนอเป็นตอนๆ เป็นในลักษณะการบรรยาย สื่อประเภทวีซีดีส่วนใหญ่จะนำเสนอในทุกแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบสารคดีจึงใช้เวลานานในการนำเสนอและจากการทดสอบสมมติฐานพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทุกประเภทมีคุณภาพอยู่ในระดับต่ำ สื่อที่นักท่องเที่ยวสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์และคู่มือท่องเที่ยว สำหรับแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ในด้านข้อมูลการท่องเที่ยวหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศกัมพูชา ควรทำข้อตกลงร่วมมือกัน ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งทองเที่ยวทุกรูปแบบร่วมกัน เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยวในสามประเทศและนำเสนอโดยใช้ภาษาที่หลากหลายและควรได้มีการเชื่อมโยงข้อมูลในศูนย์บริการการท่องเที่ยวแต่ละประเทศให้ทันสมัยโดยระบบอินเตอร์เน็ต ในด้านการจัดการปัจจุบันได้มีการเชื่อมโยงการออกอากาศผ่านโครงการโทรทัศน์ลุ่มน้ำโขง (MCTV) ระหว่างประเทศโดยสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศกัมพูชา รวมทั้งประเทศจีน จึงเป็นโอกาสที่จะนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวแต่ละประเทศได้และควรได้จัดตั้งศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ เพื่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและดำเนินการจัดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน

Abstract

The purposes this study were to study the forms , contents, and quality of tourism information media for supporting tourism in the south of the northeastern part of Thailand, and to study the connection of tourism in the neighboring countries. The samples of the study were tourist visiting all historical and natural tourist attractions in Buriram, Surin, and Ubonratchatanee.

The majority of current tourism information media were produced by Thailand Tourism Authority and The Northeastern Tourism office Area 1 and Area 3. The others were minority of media and were produced by the provincial offices, tourism offices, sports and recreational offices, national park offices, and sub-district administrative organizations. The printed media emphasized providing a lot of details and illustrating pictures of tourist attractions. For televisions, the details focused on providing festival seasons of each province but the time broadcasted was short. The information through radios of each province was presented in series and described by the local speakers. For most of the tourism VCDs, they were available at each tourist attractions. The details were descriptive document so they took time to watch. The results of the hypotheses testing revealed that all kinds of the tourism media were low standard. The media that was most interested in and attracted most of the tourists was television and the second attraction were newspaper and tourism handbook. For the means to develop tourism information media, traveling information, to connect tourism with the neighboring countries, the governmental working units relating to tourism of Thailand, Laos and Cambodia should make an agreement in making all forms of tourism information media together to offer useful information for tourism in the three countries and present in a variety of languages. Moreover, for the sake of information updating there should be linking of information from the tourism centers of each country through internet system. For tourism management, at the present time, there was the linkage of broadcasting through Mekhong Community Television Project among Laos, Cambodia, and China. Therefore, there was a good opportunity to present the tourism of each country and should construct the tourism cooperation center of each country to connect the tourism and execute the tourism attractions together.

บทนำ

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาได้เร็วเพราะประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์ความเป็นไทยและวัฒนธรรมที่เอื้ออารี อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนสินค้าและบริการที่ขายความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและความดีงามของวัฒนธรรม จำเป็นต้องมีการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์เช่นกัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยผ่านสื่อประเภทต่างๆ ประกอบกับวิธีการอื่นๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารและช่วยการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ในปัจจุบันสถานการณ์การท่องเที่ยวในอีสานใต้ได้รับประโยชน์น้อยเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ จำนวนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีการศึกษาวิจัยเป็นจำนวนมากส่วนใหญ่ศึกษาการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์จากสื่อ

ประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว แต่ในด้านคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ยังไม่ปรากฏ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นบ้านที่จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในอีสานใต้

2. กลุ่มตัวอย่างเป็นประชากรที่มาท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และประเภทธรรมชาติจำนวน 40 แหล่งๆ ละ 10 คน ในจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เริ่มออกเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงเดือนพฤศจิกายน 2549

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการทราบความคิดเห็นนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ ลักษณะแบบสอบถามมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิด โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบปิดและแบบเปิด สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว วิธีการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว จำนวนครั้งและการได้มาซึ่งข้อมูลการท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบปิด เกี่ยวกับคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ

ตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ได้มาซึ่งปัญหาและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ประเภทประวัติศาสตร์และประเภทธรรมชาติ ทุกแหล่งในจังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 ชุด ซึ่งคณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเอง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สำหรับการวิเคราะห์สื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ผู้วิจัยได้รวบรวมสื่อประเภทต่างๆที่เผยแพร่และออกอากาศในช่วงปี พ.ศ.2547-2549 เพื่อให้ทราบถึง เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ รูปแบบหรือการนำเสนอ และความดึงดูดใจของสื่อแต่ละประเภท

2. การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสื่อประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows (Statistical Pacckage for the Social Scienees) เพื่อคำนวณค่าสถิติตามขั้นตอน ดังนี้

- นำแบบสอบถามตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่และค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอข้อมูลเป็นตารางประกอบความเรียง

- นำแบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้ค่าร้อยละ นำเสนอข้อมูลเป็นตารางประกอบความเรียง

- วิเคราะห์คุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์โดยการใช้ Test for Proportion

- เกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะที่เป็น

ข้อคำถามแบบเปิดจะนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหาและเขียนเชิงพรรณนา

3. การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากรองผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 2 และนักนิเทศศาสตร์และนักสถิติ เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสื่อที่มีคุณภาพ และปัญหาของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

4. ประชุมกลุ่มย่อยเพื่อวางแนวทางพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้กับประเทศเพื่อนบ้าน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. สภาพทั่วไปของสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

1.1 สื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เผยแพร่และออกอากาศในช่วงปี 2547-2549 ผลิตขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดนครราชสีมา สำนักงานการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดอุบลราชธานี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบงานการท่องเที่ยวของประเทศจึงต้องผลิตสื่อการท่องเที่ยวต่างๆ ขึ้น อย่างไรก็ตามหน่วยงานอื่นๆ เช่น สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และสำนักอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่งก็ได้จัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมและสถานที่ที่โดดเด่นของแต่ละจังหวัดด้วย เนื่องจากเป็นหน่วยงานเจ้าของพื้นที่จึงเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง

1.2 สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ คู่มือการท่องเที่ยว วารสาร จะให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ความสำคัญ สิ่งที่น่าสนใจ เส้นทางเดินทางและระยะทาง สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก โรงแรม พร้อมเบอร์โทรศัพท์และมักมีแผนที่ประกอบ แต่จะไม่มีมาตราส่วนและระยะทางในแผนที่ ทำให้ไม่สามารถกำหนดเวลาที่ใช้ในการเดินทางที่เหมาะสมได้ แต่อย่างไรก็ตามยังมีข้อดีคือทำให้ทราบเส้นทางการเดินทางได้ดียิ่งขึ้น

1.3 สื่อประเภทโทรทัศน์ ที่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในอีสานใต้จะเน้นการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและโดดเด่น รวมทั้งเทศกาลประเพณีสำคัญในแหล่งท่องเที่ยวนั้น การนำเสนอจะเป็นช่วงงานประเพณีที่สำคัญ เช่น เทศกาลแห่เทียนพรรษา งานประเพณีขึ้นเขาพนมรุ้งบุรีรัมย์ งานเทศกาลช้างสุรินทร์ การเผยแพร่ออกอากาศจึงไม่ต่อเนื่อง

1.4 สื่อประเภทวิทยุ ให้ข้อมูลกว้างๆ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ความยาวในการออกอากาศ 5-7 นาที ซึ่งการนำเสนอข้อมูลเป็นเชิงบรรยาย หรืออ่านประกอบดนตรี

1.5 สื่อประเภทอินเตอร์เน็ต จะเป็นข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดจัดทำผ่านเว็บไซด์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยส่วนใหญ่เป็นข้อมูลทั่วไปของจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจของแต่ละจังหวัด การให้ข้อมูลของสื่ออินเตอร์เน็ตจะเป็นรูปแบบเดียวกัน ให้รายละเอียดของข้อมูลกว้างๆ ไม่สม่ำเสมอ และมีภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบ

1.6 สื่อประเภทวีซีดี ส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในรูปสารคดี ค่อนข้าง

ใช้เวลาในการชม ทำให้การรับชมไม่น่าสนใจ และทำให้สื่อไม่น่าสนใจ

1.7 แหล่งท่องเที่ยวปรากฏในสื่อประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ จะมีแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆ ทุกอำเภอ แต่บางแหล่งไม่พร้อมขาย

2. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของอีสานใต้ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 50.3 สถานภาพโสดร้อยละ 52.8 มีอายุอยู่ระหว่าง 18-29 ปี ร้อยละ 36.8 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 46.3 มีอาชีพรับราชการและลูกจ้างรัฐ ร้อยละ 34.3 มีรายได้น้อยกว่า 5000 บาท ร้อยละ 26.7 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนร้อยละ 75.5 เดินทางโดยรถส่วนตัว ร้อยละ 64.0 และส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวในอีสานใต้เป็นครั้งแรกร้อยละ 36.0

3. การประเมินคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้

3.1 ลักษณะสื่อประชาสัมพันธ์แต่ละประเภทของข้อมูลการท่องเที่ยว 3 อันดับแรกที่พบมาก มีดังนี้ ประเภทหนังสือพิมพ์ ลักษณะส่วนใหญ่จะให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 17.3 รองลงมามีภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจริงและคมชัดและให้ข้อมูลการเดินทางที่ชัดเจน ร้อยละ 12.6 และ 12.0 ตามลำดับ ประเภทแผ่นพับลักษณะส่วนใหญ่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 16.2 รองลงมาให้ข้อมูลด้านการเดินทางและมีภาพประกอบและมีภาพประกอบที่เป็นจริง ร้อยละ 12.1 และ 11.0 ตามลำดับ ประเภทโปสเตอร์ลักษณะส่วนใหญ่มีข้อความบอกแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 20.3 รองลงมามีภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นภาพจริงที่โดดเด่นและมีสีสันสวยงาม สะดุดตา ร้อยละ 15.4 และ 14.9 ตามลำดับ ประเภทนิตยสารลักษณะส่วนใหญ่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 13.7 รองลงมามีภาพประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจริง และมีสีสันสวยงาม ร้อยละ 11.6 และ 11.0 ตามลำดับ ประเภทคู่มือการท่องเที่ยว ลักษณะส่วนใหญ่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ร้อยละ 14.8 รองลงมามีแผนที่ประกอบการเดินทางที่ถูกต้อง และให้ข้อมูลเพื่อการเดินทางที่ชัดเจน ร้อยละ 13.6 และ 12.1 ตามลำดับ ประเภทโทรทัศน์ ลักษณะส่วนใหญ่มีข้อความประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่นำเสนอ ร้อยละ 15.9 รองลงมามีภาพประกอบที่เป็นจริงและทำให้เกิดความประทับใจ และเสียงประกอบภาพ / การนำเสนอประทับใจ ร้อยละ 12.8 และ 12.7 ตามลำดับ ประเภทวิทยุ ลักษณะส่วนใหญ่ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 18.2 รองลงมาใช้ภาษาง่ายๆ เป็นกันเองในการให้ข้อมูลและเชิญชวนให้มาเที่ยวและมีเสียงประกอบบรรยายที่น่าสนใจ ร้อยละ 15.5 และ 12.5 ตามลำดับ ประเภทอินเตอร์เน็ต ลักษณะส่วนใหญ่มีเสียงประกอบ / การบรรยายน่าฟัง น่าสนใจและน่าประทับใจ ร้อยละ 17.0 รองลงมาให้ข้อมูลที่ครอบคลุมในรายละเอียดทุกแหล่งท่องเที่ยวและข้อความต้องกะทัดรัด เข้าใจง่ายและมีการนำเสนอเป็นขั้นตอน ร้อยละ 13.0 และ 12.3 ตามลำดับ ประเภทแผนที่ท่องเที่ยว ลักษณะส่วนใหญ่มีเส้นทางในแผนที่เพื่อการท่องเที่ยวถูกต้อง และทันสมัย ร้อยละ 19.8 รองลงมามีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และสัญลักษณ์เป็นสากล สะดวกในการค้นหาสถานที่ต่างๆ ร้อยละ 14.4 และ 14.3 ตามลำดับ

3.2 การวัดระดับคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์ กรณีสื่อที่มีคุณภาพระดับสูงใช้เกณฑ์ร้อยละ 60 ของคุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภทและกรณีสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพระดับปานกลางใช้เกณฑ์ร้อยละ 50 ของ

คุณลักษณะของสื่อแต่ละประเภท พบว่า สื่อประชาสัมพันธ์ทุกประเภทมีคุณภาพต่ำ ซึ่งอาจเป็นเพราะการจัดสรรงบประมาณในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ ประกอบกับกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นและจังหวัดใกล้เคียง การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพสูงจะต้องใช้เงินลงทุนมาก ซึ่งอาจไม่คุ้มกับการลงทุน ผลการทดสอบแสดงได้ดังตารางต่อไปนี้

ประเภทสื่อ	เกณฑ์ 60 %		เกณฑ์ 50 %	
	P - Value	Z	P - Value	Z
หนังสือพิมพ์	.000	-48.99	.000	-32.40
แผ่นพับ	.000	-54.16	.000	-37.14
โปสเตอร์	.000	-43.20	.000	-28.57
นิตยสาร	.000	-51.64	.000	-34.15
คู่มือการท่องเที่ยว	.000	-38.72	.000	-27.82
โทรทัศน์	.000	-38.73	.000	-30.35
วิทยุ	.000	-57.72	.000	-41.85
อินเตอร์เน็ต	.000	-36.74	.000	-27.60
แผนที่	.000	-34.64	.000	-27.15

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

สำหรับสื่อที่นักท่องเที่ยวสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์และคู่มือการท่องเที่ยว

4. ปัญหาของสื่อประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็นเป็นส่วนมาก คือ ความไม่ต่อเนื่องของการให้ข้อมูลผ่านสื่อโทรทัศน์ การให้รายละเอียดข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวน้อยเกินไป ภาพประกอบไม่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สื่อประชาสัมพันธ์ในสถานที่ท่องเที่ยวมีน้อยและบางแห่งไม่มีเลย แผนที่ท่องเที่ยวไม่บอกระยะทางทำให้ไม่สามารถกำหนดเวลาที่ใช้ในการเดินทางได้ ตลอดจนปัญหาข้อมูลประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นปัจจุบัน

5. สำหรับแนวทางการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน คือ ด้านข้อมูลการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและประเทศกัมพูชา ควรทำข้อตกลงร่วมมือกัน ในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งทองเที่ยวทุกรูปแบบร่วมกัน เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยวในสามประเทศและนำเสนอโดยใช้ภาษาที่หลากหลายและควรได้มีการเชื่อมโยงข้อมูลในศูนย์บริการการท่องเที่ยวแต่ละประเทศให้ทันสมัยโดยระบบอินเตอร์เน็ต ในด้านการจัดการปัจจุบันได้มีการเชื่อมโยงการออกอากาศผ่านโครงการโทรทัศน์ลุ่มน้ำโขง (MCTV) ระหว่างประเทศ โดยสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศกัมพูชา รวมทั้งประเทศจีน จึงเป็นโอกาสที่จะนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวแต่ละประเทศได้และควรได้จัดตั้งศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ

เพื่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวและดำเนินการจัดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาคุณภาพสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นๆ เพื่อเปรียบเทียบและทราบแนวทางในการพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ที่ยั่งยืน

2. ควรศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในอีสานใต้เพื่อกำหนดรูปแบบการจัดทำสื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

บทสรุป

จากการวิจัยสรุปได้ว่าสื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวส่วนใหญ่ผลิตโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและมีหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานจังหวัดแต่ละจังหวัด สำนักงานการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ องค์การบริหารส่วนจังหวัดและองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นต้น และจากการตรวจสอบสมมติฐานพบว่าสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในแต่ละจังหวัดจึงควรให้ความสนใจมากขึ้น อย่างไรก็ตามสื่อที่นักท่องเที่ยวสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ดีที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์และคู่มือการท่องเที่ยว สำหรับการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านสามารถทำได้ทั้งในด้านการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยว โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ประเทศกัมพูชา ได้จัดทำสื่อร่วมกัน เพื่อนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับการท่องเที่ยวและนำเสนอโดยใช้ภาษาที่หลากหลายและในด้านการจัดการสามารถนำเสนอข้อมูลผ่านโครงการโทรทัศน์ลุ่มแม่น้ำโขงและศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ โดยผ่านระบบอินเตอร์เน็ต

บรรณานุกรม

กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). **คู่มือการพัฒนาสื่อการเรียนรู้.** พิมพ์ครั้งที่ 1. คุรุสภา กรุงเทพมหานคร.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). **โครงการสำรวจสถิติการท่องเที่ยวในประเทศไทย 2541** ฝ่ายสถิติ 2541.

กาญจนา แก้วเทพ. **เอกสารการสอนชุดทฤษฎีและพฤติกรรมการสื่อสาร** หน่วยที่ 6 ปัจจัยในการสื่อสาร. พิมพ์ครั้งที่ 1. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ฐปนี สุวรรณฉัตรชัย. (2542) **การแสวงหาข่าวสาร การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศูนย์ส่งเสริมการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร** วิทยานิพนธ์ สาขาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทวีป ศิริลักษมี (2547). **การบริหารงานชุดโครงการนโยบายและแผนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** วารสารประชาคมวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฉบับที่ 57 เดือนกันยายน-ตุลาคม 2547 กรุงเทพมหานคร

ธาริณี กตัญญุกานต์ พฤติกรรม**การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและการมีส่วนร่วมในโครงการปีการท่องเที่ยวไทย** 2541-2542 ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

เบญจวรรณ วงค์คำ (2547). **สถานการณ์การท่องเที่ยวปี 47 ภาพฝันกับความจริง** วารสารประชาคมวิจัย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฉบับที่ 57 เดือนกันยายน-ตุลาคม 2547 กรุงเทพมหานคร

นฤพนธ์ เอื้อธนวันต์ (2539). **นิตยสารแนวการท่องเที่ยว : ศึกษาองค์กร เนื้อหาและผู้รับสาร.**วิทยานิพนธ์ภาควิชาสารสนเทศ จุฬาลงกรมหาวิทยาลัย

นิรันดร ทัพไชย. 2545. **กลยุทธการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** พิมพ์ครั้งที่ 1. หน่วยที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช : นนทบุรี

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย. 2545. **กลยุทธการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** พิมพ์ครั้งที่ 1. หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยสุโขทัย ธรรมาธิราช : นนทบุรี

ปรมะ สตะเวทิน. **หลักนิเทศศาสตร์.** พิมพ์ครั้งที่ 9 . กรุงเทพมหานคร. จำกัดภาพพิมพ์. หน้า 61-73

พรทิพย์ พิมลพันธุ์. (2546). **หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์.** พิมพ์ครั้งที่ 6 หน่วยที่ 12 สื่อประชาสัมพันธ์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพมหานคร.

ภิภพ วชังเงิน. 2547. **พฤติกรรมองค์การ.** พิมพ์ครั้งที่ 1. อักษรพิทยา. กรุงเทพฯ.

มานูญ. การออกแบบ **www.industrial.sc-ed.com/itr** 105/สิ่งพิมพ์ itr105-137 asp. 10/7/2549

วันชัย มีชาติ. 2548. **พฤติกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ.** พิมพ์ครั้งที่ 1. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. แอคทีฟ พริ้น. กรุงเทพฯ.

วัลลภ ลำพาย. (2547). **แนวคิดวิจัยทางสังคมศาสตร์.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิรัช ลภิรัตนกุล. 2546. **หลักการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์.** องค์ประกอบของการประชาสัมพันธ์ หน่วยที่ 10. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วุฒินันท์ สุวิมลพันธ์. (2539) **เรื่อง การตระหนักสู้และพฤติกรรมการรับสื่อโฆษณาผ่านเครือข่าย internet ของผู้ใช้บริการเครือข่าย** วิทยานิพนธ์. ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ศิริลักษณ์ อริยปัญโญทัย (2540) **ศึกษาประสิทธิผลของการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ในโครงการอะเมซิ่งไทยแลนด์ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542) **การวางแผนและพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว.** พิมพ์ครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.

สมยศ โอ่งเคลือบ (2544). **พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวของประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.** วิทยานิพนธ์สาขาการจักการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2544). **โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บท ปฏิบัติการพัฒนา อุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนา และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545 - 2549).**

สำนักงานวิชาการ กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์. **กระทรวงสาธารณาสุข คู่มือการนำเสนอผลงานด้วยโปสเตอร์** 2549.

สิทธิกาญจน์ ปรับโตวิตโจโย. (2539). **การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ.** วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงมหาวิทยาลัย.

สมควร กวียะ. (2540). **การประชาสัมพันธ์ใหม่.** โอ. เอส. พริ้นติ้งเฮาส์. กรุงเทพมหานคร.

สุชาดา วรรธะมานี. **(2542). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กับความรู้ ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน** วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสรี วงษ์มณฑา. (2546). **สื่อประชาสัมพันธ์.** ธนธัชการพิมพ์. กรุงเทพมหานคร.

โสภาพร สุทธิศักดิ์. (2539). **ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมข่าวสารเก่ยวกับการท่องเที่ยวกับเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี** วิทยานิพนธ์. ภาควิชาประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Chantarapanich. (2003). **Awareness and Utilization of Tourist Information and Tourist' s satisfaction**

Yamane, Taro, (1973). Statistical : An Introductory Analysis (3rd). Tokyo : Harper International Edition.

NECTEC. (2549). **เทคโนโลยีมัลติมีเดีย.** Http//elearningnectec.or.th/index.php?mod=courses&op = Leason – show & cid.

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ. (2549). **การประเมินสื่อมัลติมีเดีย.** มหาวิทยาลัยมหามกุฎราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร.

ศึกษาศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้าง ในอีสานใต้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

A study of the Potential of Lan-Chang culture Sites in lower I-san for cultural tourism

กฤษฎา พิณศรี พนา จินดาศรี อลงกต เพชรศรีสุก
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

Kijsada Pinsri, Phana Jindasri, Arongkot Pethsrisak
Surindra Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแหล่งโบราณสถาน วัฒนธรรมล้านช้างในเขตอีสานใต้ รวมทั้งแนวทางเสริมสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน

ผลจากการศึกษา ได้พบว่าแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างที่อาจพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำนวนทั้งสิ้น 19 แห่ง ส่วนใหญ่มีศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประเด็นที่มีศักยภาพค่อนข้างสูงส่วนใหญ่เป็นด้านที่เกี่ยวกับความสำคัญของโบราณสถาน เช่น มีรูปแบบทางศิลปะ ฝีมือ งานช่าง แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน เป็นแหล่งที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่สำคัญในอดีต หรือมีความเกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรม หรือวันสำคัญในท้องถิ่น ส่วนประเด็นที่มีศักยภาพค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่เป็นด้านที่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ แสดงให้เห็นว่าโดยสภาพและความสำคัญของตัวโบราณสถาน รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรม หรือวันสำคัญในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับโบราณสถานนั้น สามารถที่จะนำมาเป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ หากแต่ต้องมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมให้โบราณสถานมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น เช่น การปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การปรับปรุง สภาพภูมิทัศน์ของแหล่งและบูรณะโบราณสถานให้อยู่ในสภาพดี การบูรณาการการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมจารีตประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นไว้ เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่ยั่งยืนต่อไป

Abstract

The purpose of research aimed to examine to study capacity sources of ancient monuments cultural Lan Chang in the south Isan for cultural tourism including the way how to support strong cultural development and cultural tourism in the south Isan as endurance.

The result of research was found that the capacity sources of ancient monuments cultural Lan Chang in the south Isan would manage for cultural tourism, there were 19 places. The overall results of studies were significantly quality at the middle. When the researcher had divided in the

case of an individual aspect, it had found that the value quality of ancient monuments cultural sources were the important point of places such as art style, artist skills, local particular symbols, long history, historical important relations, cultures or local holy days. The less value quality of ancient monuments cultural sources were inconvenient transportation and lack of information. Therefore, the most value quality of ancient monuments cultural sources including tradition, culture or local holy days related to those ancient monuments. These can focus as highlight promotion. Moreover, government need to restore those important being tourist places such as public convenience, alternative information, decorating landscape or environment, restoring important ancient monuments places, preserving value local believes. These would be caused by value local attractive ancient monuments places for tourists as endurance.

บทนำ

อีสานใต้เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรมและงานเทศกาลประเพณีที่หลากหลายน่าสนใจ ทั้งยังเป็นแหล่งอารยธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของโลกเป็นที่สนใจและยอมรับของนักประวัติศาสตร์และโบราณคดีทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะอารยธรรมของอาณาจักรขอมโบราณ ดังที่ได้ปรากฏร่องรอยหลักฐานทางศิลปกรรมให้เห็นจำนวนมากทั้งที่สร้างขึ้นในรูปแบบของเทวสถานในศาสนาฮินดูและพุทธสถานนิกายมหายานซึ่งปัจจุบันได้กลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สำคัญของพื้นที่และเป็นที่รู้จักแพร่หลายทั่วไป

อย่างไรก็ดี บริเวณอีสานใต้ยังมีศิลปกรรมอีกกลุ่มหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมแบบล้านช้าง ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ของประเทศลาวและบางส่วนของภาคอีสานในประเทศไทย เป็นศิลปกรรมที่สร้างขึ้นภายหลังจากที่อิทธิพลทางวัฒนธรรมของอาณาจักรเขมรโบราณได้เสื่อมลงไปแล้ว ศิลปกรรมเหล่านี้สร้างขึ้นเนื่องในพุทธศาสนา นิกายหินยาน ส่วนใหญ่เป็นโบราณสถานในรูปแบบของพระธาตุ (เจดีย์) และสิม (โบสถ์) โดยได้พบเป็นจำนวนหลายแห่งกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ แต่ปัจจุบันแหล่งศิลปกรรมดังกล่าวยังคงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวน้อย ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะขาดข้อมูลของแหล่งศิลปกรรมเหล่านั้น นอกจากนี้ในการจะพัฒนาส่งเสริมให้โบราณสถานดังกล่าวเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ยั่งยืนได้จำเป็นต้องอาศัยการบริหารจัดการที่ดี รวมทั้งต้องมีการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งโบราณ สถานให้มีศักยภาพมากเพียงพอต่อการจัดการการท่องเที่ยวและเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมชม

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงเป็นการเติมเต็มข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอีกแง่มุมหนึ่งที่อาจนำไปใช้ในการปรับปรุงพัฒนาแหล่งโบราณสถานเหล่านี้ เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในภาคอีสานตอนใต้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. สำรวจแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในเขตอีสานใต้

2. ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในเขตอีสานใต้

3. เสริมสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนา

และจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยง กับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมครั้งนี้ เพื่อตอบคำถามการวิจัย 3 ข้อ คือ 1) แหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในเขตอีสานใต้ ที่สำคัญมีจำนวนกี่แห่ง ที่ใดบ้าง 2) แหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในเขตอีสานใต้มีศักยภาพมากน้อยเพียงใดสำหรับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 3) จะมีวิธีเสริมสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยว เชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างไร

1. ในการศึกษาเพื่อหาตอบเกี่ยวกับจำนวนและที่ตั้งของแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

1.1 กลุ่มเป้าหมาย คือ โบราณสถานซึ่งได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมล้านช้างในเขตอีสานใต้

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบบันทึกรายการแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในเขตอีสานใต้ ซึ่งมีหัวข้อบันทึกประกอบด้วย ชื่อแหล่งโบราณสถาน สถานที่ตั้ง การเดินทางเข้าถึงแหล่ง ลักษณะของโบราณสถาน ความสำคัญของโบราณสถาน และสภาพปัจจุบัน

1.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.3.1 ศึกษาค้นคว้าจากแหล่งเอกสารทุติยภูมิต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรม ล้านช้าง

1.3.2 เดินทางสำรวจเก็บข้อมูลภาคสนามของแหล่งโบราณสถานแต่ละแห่ง

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากการบันทึกแบบบันทึกรายการแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรม ล้านช้างในเขตอีสานใต้นำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพและบรรยายในเชิงพรรณนา

2. ในการศึกษาศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คณะผู้วิจัย ได้เลือกแหล่งโบราณสถานจังหวัดละ 1 แห่ง กำหนดเป็นแหล่งโบราณสถานเป้าหมายในแต่ละจังหวัด โดยวิเคราะห์ ศักยภาพเบื้องต้นของแหล่งจากความสำคัญของโบราณสถาน กำหนดจากความสามารถในการให้ความรู้ทางประวัติศาสตร์โบราณคดีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมล้านช้าง และการเข้าถึงแหล่ง กำหนดจากสภาพถนนและความต่อเนื่องในการเดินทาง จากนั้นจึงพิจารณาคัดเลือกแหล่งโบราณสถานที่มีศักยภาพสูงสุดกำหนดเป็นแหล่งโบราณสถานเป้าหมายของจังหวัดนั้นๆ

หลังจากนั้นจึงศึกษาว่าแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างที่กำหนดเป็นแหล่งเป้าหมายดังกล่าวมีศักยภาพมากน้อยเพียงใดสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีวิธีดำเนินการดังนี้

2.1 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาเป็นกลุ่มบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโบราณสถานแต่ละแห่ง โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

2.1.1 นักวิชาการ ได้แก่ ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างซึ่งปฏิบัติงาน ในหน่วยงานต่างๆ

2.1.2 ผู้นำชุมชน ได้แก่ บุคคลซึ่งเป็นผู้นำในท้องถิ่นที่แหล่งโบราณสถานเป้าหมายตั้งอยู่

2.1.3 นักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ที่เคยเข้าไปท่องเที่ยวที่โบราณสถานเป้าหมาย

2.1.4 นักการศึกษา ได้แก่ บุคคลซึ่งปฏิบัติงานในสถานศึกษาที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งโบราณเป้าหมาย

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างเพื่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยมีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

2.2.1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยว การจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางการในการกำหนดข้อคำถาม จากนั้นจึงนำ ผลการศึกษาที่ได้มากำหนดระดับการให้คะแนน 1-5 จากศักยภาพน้อยที่สุด ถึงมากที่สุด จากเกณฑ์ที่ใช้ใน การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 7 ด้าน คือ

- ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการสื่อสาร พิจารณาจากความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว และความสามารถในการให้บริการด้านการสื่อสาร เช่น สภาพถนน ความต่อเนื่องในการเดินทาง ระบบการคมนาคมขนส่ง ระบบอินเตอร์เน็ต โทรศัพท์ ไปรษณีย์
- ด้านสาธารณูปโภค พิจารณาจากระบบรักษาความปลอดภัย ไฟฟ้า ประปา
- ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พิจารณาจากห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและพอเพียง ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่ถูกสุขอนามัย สถานที่พักแรมที่สะอาดได้มาตรฐาน
- ด้านสิ่งแวดล้อม พิจารณาจากการควบคุมมลภาวะในท้องถิ่น เช่น การกำจัดขยะมูลฝอย การควบคุม การสั่นสะเทือนและเสียง การควบคุมมลภาวะทางอากาศ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลรักษาและสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว
- ด้านสภาพแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาจากขนาดและสภาพของโบราณสถาน การบำรุงรักษา ข้อมูลของ โบราณสถาน แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง
- ด้านการประชาสัมพันธ์ พิจารณาจากการดำเนินการด้านประสัมพันธ์ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลผ่าน เวปไซด์ สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ
- ด้านความสำคัญของโบราณสถาน พิจารณาจากความสำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี รูปแบบ ฝีมือช่าง ความเกี่ยวข้องกับตำนาน ประวัติความเป็นมา วัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น

2.2.2 ศึกษาแนวทางการสร้างแบบสอบถามแบบมาตรา ส่วนประมาณค่า (Ratting Scale) และสร้างข้อคำถามเพื่อให้ครอบคลุมในแต่ละด้าน

2.2.3 ตรวจสอบความตรง โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับการเป็นศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.2.4ตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้าง เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ปรับปรุงแล้วตรวจสอบความเชื่อมั่นโดยใช้สูตร Cronbach's Alpha

2.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลศักยภาพโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างเพื่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน 2 ลักษณะ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการตอบแบบสอบถาม

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

2.4.1การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์ประเด็นความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพ แหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้าง และเขียนในลักษณะพรรณนาความ

2.4.2การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ วิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทาง สังคมศาสตร์ SPSS เพื่อคำนวณหาค่าเฉลี่ย $\bar{x}$ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3. ในการศึกษาเพื่อหาตอบเกี่ยวกับวิธีการเสริมสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนา และจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

3.1 กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ คือ โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างต้นแบบในพื้นที่ลาวตอนล่าง ตามที่มีผู้สำรวจหรือศึกษาไว้

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีศึกษาค้นคว้าจากแหล่งเอกสารทุติยภูมิต่างๆ เกี่ยวกับแหล่ง โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในพื้นที่ลาวตอนล่าง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาหาความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับแหล่งโบราณสถานล้านช้างที่พบในเขตอีสานใต้ ความสามารถในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และเขียนบรรยายในลักษณะพรรณนาความ

ผลการศึกษา

ผลจากการศึกษาเอกสารและสำรวจภาคสนามในเขตพื้นที่อีสานใต้ ได้พบแหล่งโบราณสถานวัฒนธรร ล้านช้าง จำนวนทั้งสิ้น 19 แห่ง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มพระธาตุหรือปราสาท 8 แห่ง กลุ่มสิมหรือโบสถ์ 9 แห่ง และกลุ่มหอไตร 2 แห่ง โดยแยกออกเป็นรายจังหวัดดังนี้

1. จังหวัดชัยภูมิ พบจำนวน 3 แหล่ง ได้แก่ 1) พระธาตุหนองสามหมื่น 2) ธาตุโนนกอก (พระธาตุพีพวย) และ 3) ธาตุหนองจอก (กุดจอก)

2. จังหวัดนครราชสีมา พบจำนวน 2 แหล่ง ได้แก่ 1) สิมวัดศรีสุภณ (ทองหลางน้อย) และ 2) สิมวัดบ้านซิน

3. จังหวัดบุรีรัมย์ พบจำนวน 2 แหล่ง ได้แก่ 1) สิมวัดท่าเรียบ และ 2) สิมวัดบรมคงคา

4. จังหวัดสุรินทร์ พบจำนวน 3 แหล่ง ได้แก่ 1) ปราสาทศีขรภูมิ (ปราสาทระแงง) 2) ปราสาทเมืองที และ 3) ปราสาทแก้ว

5. จังหวัดศรีสะเกษ พบจำนวน 4 แหล่ง ได้แก่ 1) ธาตุบ้านเมืองจันทร์ 2) ปราสาทบ้านปราสาท (ธาตุบ้านปราสาท) 3) สิมวัดโนนผึ้ง และ 4) สิมวัดโสภณวิหาร (วัดบ้านลุมพุก)

6. จังหวัดอุบลราชธานี พบจำนวน 5 แหล่ง ได้แก่ 1) สิมวัดบ้านตำแย 2) สิมวัดแจ้ง 3) สิมวัดบ้านนาควาย 4) หอไตรวัดทุ่งศรีเมือง และ 5) หอไตรวัดบูรพาราม

จากนั้นคณะผู้วิจัยได้พิจารณาคัดเลือกแหล่งโบราณสถานเป้าหมายจังหวัดละ 1 แห่ง ตามวิธีการและหลักเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อนำมาประเมินศักยภาพ จำนวน 6 แห่ง ดังนี้

1. พระธาตุหนองสามหมื่น ตั้งอยู่ที่วัดพระธาตุสามหมื่น บ้านแก้ง ตำบลบ้านแก้ง อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ ลักษณะเป็นเจดีย์ก่อด้วยอิฐฉาบปูน ย่อมุมสิบสอง ฐานเจดีย์เป็นฐานเขียงรูปเหลี่ยมผืนผ้า มีบันไดทางขึ้น 3 ด้าน และมีลานประทักษิณรอบ ถัดขึ้นไปเป็นฐานเขียงซึ่งรองรับฐานขององค์เรือน ธาตุซึ่งทำเป็นฐานบัวลูกแก้ว องค์เรือนธาตุมีซุ้มจระนำอยู่ทั้ง 4 ทิศ ภายในซุ้มจระนำ ด้านทิศเหนือประดิษฐานพระพุทธรูปปูนปั้น ปางรำพึง เช่นเดียวกับด้านทิศตะวันตก ส่วนซุ้มด้านทิศตะวันออก และทิศใต้เป็นพระพุทธรูปปางลีลา ลักษณะ

พระธาตุหนองสามหมื่น

พุทธศิลป์มีอิทธิพลของศิลปะล้านช้างปะปนอยู่ทั้งส่วนพระพักตร์และเครื่องทรง เหนือจากองค์เรือนธาตุไปนั้นทำย่อเก็จยี่สิบ มีสถูปขนาดเล็กอยู่ทั้ง 4 ทิศ ส่วนยอดเจดีย์มีลักษณะ เป็นรูปสี่เหลี่ยมตรงกลางป่องออกเล็กน้อย ยอดปลายเรียว สันนิษฐานว่า มีอายุอยู่ในช่วงราวพุทธศตวรรษที่ 20-21

2. สิมวัดศรีสุภณ (ทองหลางน้อย) ตั้งอยู่ภายในวัดศรีสุภณ บ้านทองหลางน้อย ตำบลดอนตะหนิน อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา จากอักษรที่เขียนไว้เหนือกรอบประตูทำให้ทราบว่า สิมหลังนี้สร้างขึ้นเมื่อปี พ.ศ.2471 ลักษณะเป็นสิมทึบ หลังคาทรงจั่ว มีคันทวยรับชายคาปีกนกที่ยื่นออกมาโดยรอบ บริเวณผนังสิมมีภาพจิตรกรรมฝาผนังฝีมือช่างพื้นบ้าน เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับพุทธศาสนา ด้านหน้าทางทิศตะวันออกเขียนภาพช้างสองเชือก ชูดอกบัวหันหน้าเข้า หากัน ด้านตะวันตกเป็นภาพเล่าเรื่องนรกภูมิ ด้านเหนือเป็นภาพนรกภูมิและการเกิดแก่เจ็บตาย ด้านใต้เป็นภาพ นรกภูมิและการโปรดสัตว์ เหนือช่องประตูหน้าต่างตกแต่งด้วยลายหน้ากาล และมีจิตรกรรมฝาผนังเล่าเรื่อง พุทธประวัติตอนสำคัญๆ ตั้งแต่ประสูติ จนกระทั่งปรินิพพาน

สิมวัดศรีสุภณ (ทองหลางน้อย)

สิมวัดท่าเรียบ

3. สิมวัดท่าเรียบ ตั้งอยู่ภายในบริเวณวัดท่าเรียบ บ้านหนองหว้าใหญ่ ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์ ลักษณะเป็นสิมทึบแบบมีชายคาปีกนก ก่ออิฐถือปูน ฐานแอวขัน ด้านหน้าบริเวณทางขึ้นทำมุขยื่นออกมาสองข้างของบันไดทางขึ้น มีปูนปั้นรูปพญานาคฝีมือช่างท้องถิ่น หลังคาเครื่องไม้มุงกระเบื้องเสาที่รองรับชายคาปีกนกตกแต่งเป็นเสาย่อมุมสิบสอง บริเวณผนังโดยรอบเขียนภาพจิตรกรรมเป็นเรื่องราวในพุทธประวัติพระมาลัยโปรดสัตว์ และเวสสันดรชาดก สอดแทรกด้วยเรื่องราววิถีชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนในสมัยนั้น

4. ปราสาทศีขรภูมิ (ปราสาทระแงง) ตั้งอยู่ที่บ้านปราสาท ตำบลระแงง อำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ ปราสาทศีขรภูมิ ประกอบด้วยปรางค์อิฐ 5 หลัง ตั้งอยู่บนฐานเดียวกัน ลักษณะเป็นโบราณสถานในวัฒนธรรมเขมร ซึ่งได้รับการซ่อมแซมต่อเติมใหม่เมื่อราวพุทธศตวรรษที่ 22-23 โดยกลุ่มชน เชื้อสายลาวหรือกลุ่มชนที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรมลาว เนื่องจาก ที่บริเวณ

ผนังกรอบประตูของปรางค์องค์ทิศตะวันตกมีจารึกอักษรธรรมอีสานภาษาไทยบาลีกล่าวถึงกลุ่มพระเถระผู้ใหญ่และแสนท้าวพระยาร่วมกันบูรณะโบราณสถานแห่งนี้(กรมศิลปากร. 2538 : 30)

ปราสาทบ้านปราสาท

5. ปราสาทบ้านปราสาท (ธาตุบ้านปราสาท) ตั้งอยู่ภายใน วัดบ้านปราสาท ตำบลปราสาท อำเภอห้วยทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ ปราสาทบ้านปราสาทเป็นปราสาท 3 หลัง ที่สร้างขึ้นในศิลปะเขมร ราวพุทธศตวรรษที่ 16-17 ได้รับการดัดแปลงบูรณะปฏิสังขรณ์ ในภายหลังราวพุทธศตวรรษที่ 22-23 ตามแบบศิลปะล้านช้าง เห็นได้ชัดจาก ส่วนยอดของปราสาทที่มีรูปแบบต่างไปจากส่วนยอดของปราสาทในศิลปะเขมร ปราสาททั้งสามหลังก่อด้วยอิฐบนฐานศิลาแลงเดียวกัน มีประตูทางเข้าด้านทิศตะวันออก เรียงกันในแนว เหนือใต้ล้อมรอบด้วยกำแพงแก้วก่อด้วย ศิลาแลง มีซุ้มประตูทางเข้า (โคปุระ) ด้านทิศตะวันออกและทิศใต้

6. สิมวัดแจ้ง ตั้งอยู่ที่วัดแจ้ง ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เป็นสิมเก่าสร้างเมื่อประมาณ พ.ศ.2431 โดยเจ้าราชบุตร หนึ่งในอาญาสี่ผู้ปกครอง เมืองอุบลฯ ในสมัยนั้น เป็นผู้ริเริ่มก่อสร้างมีญาท่านเพ็ง(หลวงเพ็ง) เป็นผู้ควบคุมการก่อสร้าง (วิโรฒ ศรีสุโร. มปป. : 243)

สิมวัดแจ้ง

ลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นสิมทึบ ก่ออิฐถือปูน หลังคา ชั้นเดียวทรงจั่วสูงมีปีกนกยื่นออกมาทั้งสองข้าง เดิมมุงด้วยแป้นเกล็ด(ไม้) ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นกระเบื้องดินเผาบริเวณมุขทางเข้าด้านหน้ามีเสาสี่ต้นเป็นโครงสร้างรองรับหลังคา แกะ สลักลายรวงผึ้ง (ฮังผึ้ง) ประดับระหว่างเสาทั้งสามช่วง หน้าบันแกะสลักลายช้างเอราวัณอยู่ระหว่างคชสีห์ 2 ตัว คันทวยและหางหงส์สลักลายพญานาค มีประตูเข้าออกทางเดียว หน้าต่างด้านละ 3 บาน กรอบหน้าต่างตกแต่ง ด้วยลายรวงผึ้ง ส่วนกรอบล่างแกะสลักเป็นลายลูกกรง ฐานบัว บริเวณสองข้างของบันไดทางขึ้นปั้น รูปตัวแข้ (จระเข้) ประดับไว้

ทั้งนี้ ผลการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนด พบว่า โบราณสถาน ส่วนใหญ่มีศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีปราสาทศีขรภูมิเพียงแห่งเดียวที่ศักยภาพโดยรวมของแหล่งอยู่ในระดับมาก (รายละเอียดตามตารางที่ 1) เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีศักยภาพค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่เป็นด้านที่เกี่ยวกับความสำคัญของโบราณสถาน เช่น มีรูปแบบทางศิลปะ ฝีมืองานช่างแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีประวัติศาสตร์ อันยาวนาน เป็นแหล่งที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่สำคัญในอดีตหรือมีความ

เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรม หรือวันสำคัญในท้องถิ่น ส่วนข้อที่มีศักยภาพค่อนข้างน้อยส่วนใหญ่เป็นด้าน ที่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ร้านค้าที่ระลึกหรือศูนย์การค้าขนาดเล็ก ศูนย์อาหาร ที่ถูกสุขลักษณะ ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ เช่น มีเวปไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นโดยเฉพาะ

สำหรับวิธีเสริมสร้างความเข้มแข็งในการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนนั้น ผลการศึกษา พบว่าอาจทำได้โดยอาศัยความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ของแหล่งโบราณสถาน ไม่ว่าจะเป็นด้านประวัติศาสตร์ศิลปะและวัฒนธรรม ในการเชื่อมเส้นทางท่องเที่ยวเข้าด้วยกันกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะกับลาวตอนใต้ซึ่งมี พื้นที่ติดต่อกับภาคอีสานตอนล่างของไทย ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลเอกสารพบว่า มีแหล่งโบราณสถานหลายแห่งที่สามารถเชื่อมโยงกันได้

จากการสำรวจภาคสนาม ยังทำให้ได้พบข้อเท็จจริงอย่างหนึ่งว่าโบราณสถานที่ได้รับอิทธิพลวัฒนธรรม ล้านช้างในพื้นที่อีสานใต้ส่วนใหญ่มีขนาดค่อนข้างเล็ก และกระจายกันอยู่ในพื้นที่กว้าง การสนับสนุนส่งเสริม การท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องอาศัยการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ด้วย เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นต้น

ตารางที่ 1 สรุปศักยภาพแหล่งโบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้

ด้าน	ระดับศักยภาพ											
	พระธาตุหนองสามหมื่น		สิมวัดศรีสุภณ		สิมวัดท่าเรียบ		ปราสาทศีขรภูมิ		ปราสาทบ้านปราสาท		สิมวัดแจ้ง	
	$\overline{X}$	ความหมาย	$\overline{X}$	ความหมาย	$\overline{X}$	ความหมาย	$\overline{X}$	ความหมาย	$\overline{X}$	ความหมาย	$\overline{X}$	ความหมาย
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและ การสื่อสาร	2.83	ปานกลาง	3.22	ปานกลาง	2.78	ปานกลาง	3.55	มาก	2.79	ปานกลาง	3.68	มาก
ด้านสาธารณูปโภค	3.23	ปานกลาง	3.60	มาก	3.07	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	2.75	ปานกลาง	3.26	ปานกลาง
ด้านสิ่งอำนวย ความสะดวก	2.25	น้อย	2.22	น้อย	2.29	น้อย	2.99	ปานกลาง	2.16	น้อย	3.11	ปานกลาง
ด้านสิ่งแวดล้อม	3.22	ปานกลาง	2.88	ปานกลาง	2.74	ปานกลาง	3.53	มาก	3.05	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง
ด้านสภาพแหล่ง ท่องเที่ยว	3.39	ปานกลาง	2.81	ปานกลาง	2.77	ปานกลาง	3.68	มาก	3.05	ปานกลาง	3.44	ปานกลาง
ด้านการประชา สัมพันธ์	2.42	ปานกลาง	1.85	น้อย	1.97	น้อย	3.48	ปานกลาง	2.18	น้อย	2.90	ปานกลาง
ด้านความสำคัญของโบราณสถาน	4.11	มาก	3.21	ปานกลาง	3.43	ปานกลาง	4.10	มาก	3.65	มาก	3.54	มาก
รวม	2.82	ปานกลาง	2.82	ปานกลาง	2.71	ปานกลาง	3.53	มาก	2.81	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง

อภิปรายผล

โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างที่พบในบริเวณพื้นที่อีสานใต้จากการศึกษานี้ ถือว่ามีความเป็นไปได้ที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การที่ปัจจุบันแหล่งศิลปกรรมดังกล่าว ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวน้อย ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะขาดข้อมูลของแหล่งศิลปกรรมเหล่านี้ รวมทั้งขาดการศึกษาศักยภาพ เพื่อส่งเสริมพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งหากปล่อยไว้อาจทำให้สูญเสียโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมแหล่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการเติมเต็มข้อมูล ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอีกแง่มุมหนึ่งและเพื่อเสนอทางเลือกเพิ่มขึ้นสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งแหล่งโบราณสถานนั้นๆ ตั้งอยู่หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมศิลปากร การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ฯลฯ ที่อาจนำผลของการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนาหรือบริหารจัดการแหล่งโบราณสถานเหล่านี้ เพื่อดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในภาคอีสานตอนใต้ได้มากยิ่งขึ้น

แม้ผลจากการศึกษาจะแสดงให้เห็นว่าโบราณสถานส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง แต่จากการที่ได้พบว่าศักยภาพข้อที่ค่อนข้างสูงของแหล่งโบราณสถานเหล่านี้มักเป็นด้านที่เกี่ยวกับความสำคัญของโบราณสถานนั้น ถือเป็นจุดเด่นที่อาจนำมาใช้เป็นปัจจัยหลักในการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี หากข้อที่มี ศักยภาพค่อนข้างด้อยในด้านที่เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ได้รับการแก้ไขและพัฒนาปรับปรุงโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ การที่โบราณสถานวัฒนธรรมล้านช้างในอีสานใต้ส่วนใหญ่มีขนาดค่อนข้างเล็กและกระจายกันอยู่ในพื้นที่กว้าง การสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรจะต้องอาศัยการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ฯลฯ รวมทั้งการเชื่อมโยงกับแหล่งวัฒนธรรมต้นแบบ ในประเทศลาว โดยเฉพาะกับลาวตอนล่างซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกับภาคอีสานตอนล่างของไทยและมีแหล่งโบราณสถานหลายแห่งที่สามารถเชื่อมโยงกันได้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น ปราสาทวัดภูวัดภูอาสา ในแขวงจำปาสัก พระธาตุพนมจำลอง หอไตรวัดหนองลำจัน พระธาตุอิงฮัง ในแขวงสะหวันนะเขต เป็นต้น

ปราสาทวัดภูตั้งอยู่ในพื้นที่แขวงจำปาสัก ห่างจากเมืองปากเซลงไปทางใต้ประมาณ 40 กิโลเมตรเศษ โบราณสถานแห่งนี้เป็นศาสนสถานที่สำคัญของลาวมาตั้งแต่บรรพกาล เดิมเป็นเทวาลัยในศาสนาฮินดู ลัทธิไศวนิกาย ต่อมาได้ถูกปรับเปลี่ยนเป็นพุทธสถานโดยประดิษฐานพระพุทธรูปไว้แทนที่ศิวลึงค์ คล้ายกับการดัดแปลงเทวสถานให้เป็นพุทธสถานที่พบหลายแห่งในอีสานใต้ เช่น ปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ ปราสาทบ้านปราสาท และปราสาทบ้านเมืองจันทร์ ในจังหวัดศรีสะเกษ เป็นต้น ส่วนวัดภูอาสา ตั้งอยู่ที่ภูเกียดโง้ง เขตเมืองประทุมพอน สร้างโดย ชาวลาวที่เลื่อมใสศรัทธาในภิกษุ “สา” หรือที่รู้จักกันในชื่อ “สาเกียดโง้ง” ซึ่งเป็นผู้นำต่อต้านการปกครองของราชอาณาจักรสยามที่มีต่อราชอาณาจักรลาว จนกรุงเทพฯ ต้องส่งกำลังไปปราบปรามและจับพระสาเกียดโง้ง ประหารชีวิต ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมความเชื่อที่คล้ายคลึงกันและความสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์ ดังกล่าวมานี้

อาจนำมาเป็นปัจจัยเชื่อมโยงให้เกิดการท่องเที่ยวระหว่างทั้ง 2 ประเทศได้เป็นอย่างดี

พระธาตุพนมจำลอง ตั้งอยู่ระหว่างบ้านดงท่ากับบ้านดงใน เขตเมืองอุทุมพอน แขวงเมืองสะหวันนะเขต พระธาตุแห่งนี้มีลักษณะเป็นพระธาตุทรงปราสาทยอดบัวในผังสี่เหลี่ยม รูปทรงคล้ายพระธาตุพนมองค์เดิมก่อนที่จะถูกบูรณะปฏิสังขรณ์ขึ้นใหม่โดยกรมศิลปากร (ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์ และคณะ. มปป. : 308-309) ส่วนหอไตร บ้านหนองลำจัน ตั้งอยู่ที่วัดบ้านหนองลำจันหรือวัดจันทะนะสาโล ในหมู่บ้านหนองลำจัน เมืองจำพอน มีลักษณะเป็นหอไตรที่ตั้งอยู่กลางสระน้ำ หลังคาทำซ้อนกันลดหลั่นกันขึ้นไปหลายชั้น (ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์ และคณะ. มปป. : 366-367) รูปทรงคล้ายกับหอไตรวัดทุ่งศรีเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งโบราณสถานที่กล่าวมานี้แสดงให้เห็นถึงการติดต่อสัมพันธ์และการถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมซึ่งกันและกันในอดีต ที่อาจนำมาใช้เป็นสิ่งเชื่อมโยงทางศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวระหว่างไทย-ลาวได้

สำหรับพระธาตุอิงฮังตั้งอยู่ที่บ้านธาตุอิงฮัง เมืองคันทะบุรี ลักษณะเป็นเจดีย์แบบลาวล้านช้าง แผนผังรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสย่อมุมซ้อนลดหลั่นกันขึ้นไป 3 ชั้น ยอดพระธาตุเป็นรูปปลีเหลี่ยม ลักษณะคล้ายกับปราสาทบริวาร ของปราสาทเมืองที จังหวัดสุรินทร์

พระธาตุอิงฮัง เป็นโบราณสถานสำคัญของแขวงสะหวันนะเขตและประเทศลาว และเป็น 1 ใน 15 แห่ง ที่รัฐบาลลาวกำหนดให้เป็นแหล่งมูลมรดกวัฒนธรรมแห่งชาติ (ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์และคณะ. มปป. : 359) เป็นพระธาตุ ที่ประชาชนชาวลาวและชาวอีสานของไทยให้ความเคารพควบคู่กับพระธาตุหลวงของเวียงจันทน์และพระธาตุพนม จังหวัดนครพนม โดยทุกๆ ปีจะมีงานบุญซึ่งจะจัดขึ้น 3 ครั้ง และจะมีชาวลาวและชาวไทยอีสานเดินทางมา ร่วมงานจำนวนมากเช่นเดียวกับปราสาทวัดภูที่จะมีการจัดงานนมัสการขึ้นในทุกวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 (วันมาฆบูชา) และงานบุญนมัสการวัดภูอาสา หรืองานบุญขึ้นภูอาสา ในช่วงเดือน 6 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก

ดังนั้น หากสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเหล่านี้เข้าด้วยกัน ก็น่าจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคอีสานตอนล่างเพิ่มมากขึ้น

สำหรับการจัดเส้นทางการท่องเที่ยว อาจผสมผสานระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้นและเป็นการเปลี่ยนบรรยากาศการท่องเที่ยวไม่ให้ซ้ำซากจำเจ โดยเริ่มจากพระธาตุหนองสามหมื่น จังหวัดชัยภูมิ-สิมวัดศรีสุภณ จังหวัดนครราชสีมา-สิมวัดท่าเรียบ จังหวัดบุรีรัมย์-ปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์-ปราสาทบ้านปราสาท จังหวัดศรีสะเกษ-สิมวัดแจ้ง หอไตรวัดทุ่งศรีเมือง จังหวัดอุบลราชธานี-ปราสาทวัดภู น้ำตกคอนพะเพ็ง น้ำตกหลี่ผี แขวงจำปาสัก ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 4 วัน 3 คืน เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่าโดยสภาพและความสำคัญของตัวโบราณสถานรวมทั้งประเพณี วัฒนธรรม หรือวันสำคัญในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับโบราณสถานนั้น สามารถที่จะนำมาใช้เป็นจุดขายได้ หากแต่ต้องมีการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมให้โบราณสถานมีศักยภาพเพิ่มมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสอดคล้องกับความ ต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินการเพื่อพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 รัฐบาลควรให้ความสนับสนุนส่งเสริมด้านการลงทุนพัฒนาสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานวัฒนธรรมล้างช้างในภาคอีสานตอนล่างให้มากขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า เป็นข้อที่มีศักยภาพน้อยที่สุดสำหรับ การจัดการการท่องเที่ยว

1.2 รัฐบาลและหน่วยงานปกครองท้องถิ่นควรร่วมมือกันในการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมจารีต วัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นไว้ และส่งเสริมสนับสนุนมิให้ถูกกลืนหายไปกับกระแสวัฒนธรรมตะวันตก อันจะทำให้เกิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

ภาคอีสานตอนล่างเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ค่อนข้างหลากหลาย เช่น ไทยเบิ้งหรือไทยโคราช ไทยเชื้อสายลาว ไทยเชื้อสายเขมร และไทยเชื้อสายกูยหรือส่วย เป็นต้น ทำให้พื้นที่นี้มีวัฒนธรรมประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไป บางอย่างเป็นประเพณีที่เกี่ยวข้องกับวัดทั่วไป เช่น ประเพณีการบวช ประเพณีสงกรานต์ หากบางประเพณีก็มีความเกี่ยวข้องกับโบราณสถานโดยตรง เช่น ประเพณี “สรงน้ำพระธาตุ” ซึ่งเป็นงานประจำปี ของวัดพระธาตุหนองสามหมื่นที่จัดขึ้นทุกวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 5 เป็นต้น ซึ่งอาจนำมาใช้ในการส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ในอีกทางหนึ่ง

1.3 รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน คือ ประเทศ กัมพูชาและประเทศลาว เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้ให้มากขึ้น ทั้งนี้โดยอาศัยพื้นฐานทาง วัฒนธรรมของพื้นที่อีสานใต้ที่มีความสัมพันธ์กันทั้งกับวัฒนธรรมขอมในประเทศกัมพูชาและวัฒนธรรมล้านช้างในประเทศลาวเป็นตัวเชื่อมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน

โดยการวิจัยนี้สามารถเชื่อมโยงได้กับทั้งสองประเทศ กล่าวคือ การเชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชาอาจกระทำได้โดยการศึกษาความสัมพันธ์จากแหล่งโบราณสถานประเภทปราสาทหรือธาตุ กลุ่มที่มีเค้าสืบเนื่องมาจากปราสาทก่ออิฐของขอมที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงทางด้านศาสนาและความเชื่อ รวมทั้งกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ที่อาจนำมาใช้เป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้

สำหรับความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับประเทศลาวยิ่งเห็นได้ชัดเจนจากลักษณะรูปแบบทางศิลปกรรมที่มีความคล้ายคลึงกันอย่างมาก รวมทั้งยังมีความเกี่ยวข้องกันทางประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ วัฒนธรรม ศาสนาและความเชื่อ ที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันแต่อดีต สามารถเชื่อมโยงถึงกันได้โดยง่าย ซึ่งการเชื่อมโยงนี้อาจทำได้โดยการสำรวจและศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กันกับแหล่งท่องเที่ยวในอีสานใต้ไม่ว่าจะ

เป็นด้านรูปแบบทางศิลปกรรม ประวัติการก่อสร้าง การมีตำนานหรือประวัติศาสตร์ร่วมกัน ฯลฯ เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน การพัฒนาเส้นทางคมนาคมระหว่างกัน การพัฒนาจุดผ่านแดน รวมทั้งการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับประเทศเพื่อนบ้าน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนนหนทางที่สะดวกต่อการเข้าถึงแหล่งโบราณสถาน มีระบบไฟส่องสว่างรอบบริเวณ มีระบบน้ำประปาหรือระบบน้ำสะอาดที่ใช้ได้ตลอดเวลา มีห้องสุขาให้บริการอย่างเพียงพอ มีร้านอาหารหรือศูนย์โภชนาการที่ถูกสุขลักษณะ มีที่พักแรมสำหรับ

นักท่องเที่ยว พร้อมจัดบริเวณและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเหมาะสม มีการจัดตั้งร้านค้าของที่ระลึกหรือศูนย์การค้าขนาดเล็กสำหรับบริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนให้มีการส่งเสริมให้มีการจัดทำของที่ระลึกหรือสินค้าพื้นเมืองจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการนำรายได้เข้าสู่ชุมชนในอีกทางหนึ่ง เป็นต้น

2.2 จังหวัดหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำโครงการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในหลากหลายรูปแบบ เช่น จัดทำเวปไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นโดยเฉพาะ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ด้านการท่องเที่ยว มีสิ่งพิมพ์เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไว้บริการตามศูนย์การท่องเที่ยวหรือโรงแรม เป็นต้น

การประชาสัมพันธ์ต้องสามารถทำให้นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลเบื้องต้นของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ว่ามีความเป็นมาหรือความสำคัญอย่างไร สามารถเดินทางเข้าถึงได้โดยวิธีใดบ้าง มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินหรือไม่ เป็นต้น ทั้งนี้อาจอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยวโดยจัดพิมพ์เป็นภาษาต่างประเทศที่สำคัญๆ 4 - 5 ภาษา เป็นต้นว่า ไทย อังกฤษ ฝรั่งเศส จีน และญี่ปุ่น

2.3 ส่งเสริมให้มีการจัดทำ Homestay ตามชุมชนที่อยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพโดยการร่วมมือและสนับสนุนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง

2.4 กรมศิลปากรและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นร่วมมือกันพัฒนาโบราณสถานต่างๆ โดยบูรณะ ปฏิสังขรณ์ให้อยู่ในสภาพดี น่าท่องเที่ยว หาความรู้และความเพลิดเพลิน รักษาความสะอาดของสภาพแวดล้อมโดยรอบ มีการปรับปรุงดูแลรักษาสภาพภูมิทัศน์ให้มีความร่มรื่น และป้องกันมิให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “ทัศนอุจาด” แก่โบราณสถาน อันจะทำให้ตัวโบราณสถานด้อยคุณค่าความงามลง รวมทั้งร่วมมือกันจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมบุคลากรท้องถิ่นให้ สามารถทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์นำนักท่องเที่ยวชมและให้ความรู้เกี่ยวกับโบราณสถานในท้องถิ่นนั้นๆ

บทสรุป

กล่าวโดยสรุป ผลการศึกษาที่ผ่านมาได้บ่งชี้ให้เป็นว่า มีความเป็นไปได้ที่จะจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ 6 จังหวัดภาคอีสานตอนล่างในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามเส้นทางอารยธรรมสายล้านช้าง เนื่องจาก โดยตัวของแหล่งโบราณสถานเองมีศักยภาพค่อนข้างสูง หากแต่ต้องมีการพัฒนาปรับปรุงข้อด้อยต่างๆ เพื่อส่งเสริม ศักยภาพให้มีมากขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว กับทั้งยังมีความเป็นไปได้สูงที่จะสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของอีสานใต้เข้ากับแหล่งท่องเที่ยวในต่างประเทศโดยเฉพาะกับลาวตอนล่าง ด้วยเหตุที่พื้นที่บริเวณดังกล่าวนี้มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ใกล้ชิดกันมาแต่อดีต ทั้งทางประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ วัฒนธรรม ศาสนาและความเชื่อและมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีลักษณะใกล้เคียงกันหรือมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันหลายแห่งที่สามารถนำมาเชื่อมโยงถึงกันได้

บรรณานุกรม

กิติรัตน์ สีหบัณฑ์, (2545). **การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในจังหวัดอุบลราชธานีและแนวทางการพัฒนา.** มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี : เอกสารอัดสำเนา

กรมศิลปากร, (2538). **ทำเนียบโบราณสถานขอมในประเทศไทย เล่ม 4 จังหวัดสุรินทร์.** กรุงเทพฯ : อาร์ตโปรเกรส.

กรมศิลปากร, (2536). **พัฒนาการอารยธรรมไทย.** กรุงเทพฯ : รุ่งศิลป์การพิมพ์,

กระทรวงศึกษาธิการ, (2544 ก). **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดชัยภูมิ.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

กระทรวงศึกษาธิการ, (2544 ข). **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดนครราชสีมา.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

กระทรวงศึกษาธิการ, (2544 ค). **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดบุรีรัมย์.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว

กระทรวงศึกษาธิการ, (2544 ง). **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดสุรินทร์.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

กระทรวงศึกษาธิการ, (2544 จ). **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดศรีสะเกษ.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

กระทรวงศึกษาธิการ, (2544 ฉ). **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญาจังหวัดอุบลราชธานี.** กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (2545). **รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานี.** เสนอโดยบริษัท เทสโก้ จำกัด และคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, (มปป.). **คู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพประเภทวัด เล่มที่ 3 วัดในภาคอีสาน.** มปพ.

เชิดเกียรติ กุลบุตร, (2533). **"สถูปแบบล้านช้างในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย"** วิทยานิพนธ์ประกอบการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ ภาควิชาประวัติศาสตร์ศิลปะ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เด่นดาว ศิลปานนท์, (2540). **"สถาปัตยกรรมท้องถิ่นอีสาน" เอกลักษณ์ไทยในสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น.** กรุงเทพฯ : กราฟฟิคฟอร์แมท (ไทยแลนด์).

บุปผา วงษ์พันธุ์ทา, (2544). **การประเมินศักยภาพและการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ : เอกสารอัดสำเนา.

บริษัท มรดกโลก จำกัด, (มปป.). **โครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมขอมในพื้นที่ ภาคอีสานตอนล่าง (ชัยภูมิ,นครราชสีมา,บุรีรัมย์, สุรินทร์,ศรีสะเกษ).** มปพ.

รสิกา อังกูร, นวลลออ แสงสุข, วรชัย วิริยารมย์ และอินทิรา นาคพัตร์, (2547) . **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

วิโรฒ ศรีสุโร, (มปป.). **ธาตุอีสาน.** มปพ.

วิโรฒ ศรีสุโร, (มปป.). **สิมอีสาน.** มปพ.

ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์ และคณะ, (มปป.). **ลาวตอนล่าง.** กรุงเทพฯ : บริษัท ดรีม แคชเชอร์ กราฟฟิค จำกัด.

สงวน รอดบุญ, (2545). **พุทธศิลปลาว.** กรุงเทพฯ : บริษัทโรงพิมพ์เดือนตุลาจำกัด.

AMAZING TRENDS AND ISSUES IN THAI TOURISM MARKETING: A SUSTAINABLE PATH TO SUFFICIENCY-BASED NATIONAL DEVELOPMENT

Therdchai Choibamroong
Thailand Tourism Development Research Institute (TRI), Bangkok, Thailand

Abstract

The paper begins with critical analysis of the movement and development of global tourism, then, highlighting the tourism industry in ASEAN countries, including Thailand. In the case of Thailand, tourism development path is discussed to show the stages of its development since conventional tourism, modern tourism, and alternative tourism and post modern tourism. In each stage, tourism impacts are considered in details. The Thai tourism marketing target markets, circumstances, actions and strategies are then analyzed in depth. Trends in Thai tourism marketing are particularly considered to illustrate the vital role of the Tourism Authority of Thailand which is a key organization undertaking tourism marketing activities. In the last part of the paper, challenging issues of Thai tourism marketing are discussed such as global and regional tourism competition, tourism marketing incentives, branding and image of Thailand, tourism product development for high yield tourists, tourism promotion through mass media and consumer behavior of the Thais for domestic tourism marketing.

Introduction

According to the United Nations World Tourism Organization (UNWTO), global international tourism arrivals increased by 10 and 6 percent in 2004 and 2005, respectively, after declining by 1.2 percent in 2003. The most recent UNWTO publications estimate total global tourist arrivals in 2005 at around 808 million, with the Asia-Pacific region as the second-most visited region in the world, after Europe. Significantly, the Asia Pacific region has been the fastest-growing tourist region anywhere. All in all, the Asia-Pacific region accounted for 156.2 million arrivals (19.33 percent of total world tourism) in 2005 (See Table 1). Table 1 shows that over half of the total international tourist arrivals (441.5 million) were shared among European countries. This mainly means France, Spain, Italy, the United Kingdom, Germany, Turkey and Austria. Asia and the Pacific is second to Europe and has an impressive 20 percent market share. China is the only country in Asia or the Pacific in the top ten worldwide destinations list. It is ranked fourth in tourist arrivals and sixth in international tourism receipts (WTO, 2006).

Table 1 : Global International Arrivals by Region Visited

Year	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Europe	270.4	316.4	389.6	387.8	397.3	399.0	415.0	443.9
Americas	92.8	109.0	128.2	122.2	116.6	113.0	124.0	133.1
Asia & Pacific	57.7	85.0	114.9	120.5	131.1	119.3	153.3	156.2
Africa	15.2	20.7	28.6	29.2	29.9	30.8	32.8	36.7
Middle East	9.8	13.8	24.3	24.0	27.9	28.8	34.8	38.4
World	445.9	544.9	685.6	683.7	702.8	690.9	759.9	808.0

Source: World Tourism Organization (2005). WTO World Tourism Barometer. Vol. 3 No. 1.

Long term, the World Tourism Organization has projected that by 2020 the number of international arrivals will increase to an annual 1.6 billion. Of these, it is estimated that about 400 million will be destined for East Asia and the Pacific. The WTO also forecasts that the share of international arrivals for East Asia and the Pacific will increase from 14 percent (1995) to 25 percent by 2020. The analysis shows that there are three key factors believed to govern the change of travel and tourism both globally and in Asia and the Pacific. They are changes in the domains of demography (people), economy (place) and culture (desire). In terms of demographic changes, the burgeoning retiring population, particularly in economically developed countries, is expected to create impact on the demand for lifestyle pursuits and leisure. In terms of economic conditions, an urban middle class population with a desire to travel is growing rapidly in such markets as Brazil, Russia, India and China. Cultural changes will mean the new wealthy, with plenty of excess cash in these growing markets, will develop desires to experience different cultures and environments. The group of countries listed above, tipped as huge pools of tomorrow's travelers given their rapidly advancing economies, are to lead the way in global tourism trends by 2050, with many other emerging states backing them up.

Tourism in ASEAN has been growing rapidly and the top three tourist destinations in ASEAN, in terms of number of international tourist arrivals, are Malaysia, Thailand and Singapore. These countries are well developed tourist destinations, with infrastructure, service and facilities of a standard high enough to attract visitors from all over the world. ASEAN Tourism Database explains that almost half of the international tourist arrivals to ASEAN are intraregional (45.3 percent), followed by visitors from the European Union (10.2) and then Japan (7.1). A small percentage of tourist arrivals come from the rest of the world (10.3), which shows just how important those top ten countries are as markets (See Table 2). It also points to the huge wealth of potential visitors in those other countries not yet familiar with ASEAN, but no doubt an untapped market for the future. For one, India; its lightning-fast growth means fast-expanding consumerism, and this means more accessible flights and leisure abroad. For the moment, however, the fact that intraregional tourism has been a major part of the rapid expansion of the Asia and Pacific tourism industry must not go unnoticed (Choibamroong, 2005).

Table 2 : Top Ten Generating Countries to ASEAN for 2005

Country of origin	Number of tourist arrivals (thousands)	Share (%)
ASEAN	23,254.3	45.3
European Union	5,238.3	10.2
Japan	3,650.4	7.1
China	3,007.0	5.9
Republic of Korea	2,645.3	5.2
USA	2,306.4	4.5
Australia	2,033.6	4.0
Taiwan	1,605.2	3.1
India	1,240.3	2.4
Hong Kong, SAR	1,022.4	2.0
Top ten countries	46,003.2	89.7
Rest of the world	5,284.4	10.3
Total	51,287.6	100.0

Source: ASEAN Tourism Database

Tourism Industry in Thailand

In Thailand, even though business operators have been moaning, seeking government intervention to boost their slacking businesses this year, industry analysts are still optimistic about the future of the country's tourism in the long run. Analysts forecast that positive factors will continue to pave a rosy path for the tourism industry in Thailand over the next ten years despite any interruption by short-term negative factors. With its strong foundation, the industry is believed to be resilient enough to bounce back quickly within a couple of years after any kind of industrial shock, whether it is a natural catastrophe or a political turmoil.

Ian Gisbourne of Phatra Securities Plc wrote in his Beau Thai investment strategy report that he believed that the momentum of brighter prospect in Thai tourism industry can be sustained in the long run. It is because Thailand was one of the first Asian countries to develop international tourism strategically as an industry, and has become the third-largest tourism-receiving nation country within the Asia-Pacific region. And because of its vast number of tourist attractions, culture and strategic position, Thailand has been an important tourist destination for more than 150 years. Secondly, the momentum could be sustained because of the potential for growth in Asian tourism over the next 10 years.

Such growth potential derives from positive factors for Asia and the Pacific's tourism described earlier, which include growing middle class in the Asia-Pacific region, with higher incomes and more leisure time; the mushrooming of low-cost carriers making flying possible for more people than

ever before; larger aircraft bringing more long-haul passengers to Asia; open skies' agreements between Asian nation states and reduced visa restrictions; the opening up of new direct routes to Thailand, from the U.S., Russia and South Africa, for example. And globally, a generation of retirees at a younger age with more time and inclination to travel has been on the rise.

Tourism Development Path of Thailand

The tourism industry has been a major component of Thailand's economy and a principal export over the past four decades. In the early stage of tourism industry development, known as mass or modern tourism, an emphasis was given to the areas of marketing promotion activities, infrastructure and facility construction in tourism sites. The tourism industry development heavily depended on the directives from the government and the business sector that tended to respond to demands of tourists to boost tourist arrivals and maximize profits. As a result, the growth in the industry was achieved at the expense of the tourism assets including the livelihood of local people and their communities. A shift in the tourism industry took place following the 1992 Earth Summit in Brazil's Rio de Janeiro which called for sustainable development and proposed three aspects for tourism development to make it sustainable in the long run.

The three aspects are the need to preserve the environment and natural resources, the need for education, proper perception and experiences for hosts (tourist sites) and guests (tourists), and the need for human development. With these guidelines, tourism, instead of serving as an engine for generating national revenue, has become a tool for management of natural and cultural resources and for the learning process of hosts and guests. The mass tourism has been replaced by the so-called alternative tourism which concerns more on environment. Although in Thailand the tourism-related organizations have put very much attempt and attention to promote alternative tourism namely ecotourism, green tourism and responsible tourism, the country has failed in maintaining the balance between the host and the guest, having carrying capacity problem as a key issue.

With the carrying capacity problem in mind, Thailand has moved towards the post modern tourism era as can be seen from the marketing policy of the Tourism Authority of Thailand (TAT) that emphasizes on the "high quality" target market with smaller numbers of tourists. The post modern tourism of Thailand has been put forward more actively by sufficiency economy of His Majesty King Bhumibol. His Majesty King Bhumibol's principle of sufficiency economy has been introduced for years and is currently adopted as a comprehensive framework for sustainable development in every area in Thailand. The concept is to ensure that individuals, communities or any organizations are well-prepared for any activities they wish to undertake. The principle addresses three aspects 1) one needs to know oneself including potentials and capacity; 2) one needs to know that the activity in question is feasible and reasonable to undertake; and 3) one needs to have immunity to cope with changes or shocks from both within and outside. Knowledge and moral integrity are key prerequisites. It is believed that once the principle is widely adopted by all tourism-related stakeholders, the tourism industry in Thailand should be well on the road to sustainable development.

Analysis of Thai Tourism: A Marketing Perspective

The Beau Thai report says growth in Thai tourism is expected to accelerate over the next 5-10 years. The Tourism Authority of Thailand's projection that the number of international arrivals to Thailand will grow to 20 million by 2010 could be too conservative. Gisbourne (2006) cites an independent academic study by a group of researchers at the University of Surrey in the United Kingdom in 2003 titled "modeling and forecasting the demand for Thai tourism" by Song, Witt and Li., which forecasts that the number of international tourist arrivals to Thailand in 2010 could be as high as 26 million. To accommodate such a huge number of international tourists, Thai tourism industry requires significant additional investments in tourism-related businesses. The additional investment is required for airports, air carriers, hotels, healthcare providers, selected property developers and retailers.

The Tourism Authority of Thailand (TAT) announced the country has devised steps to accommodate changes in the global tourism market. Thailand is now re-orienting its policies to cater more to tourists from destinations such as Brazil, Russia, India and China, a segment that has shown rapid growth in addition to the traditional markets of the US and Europe. The TAT has set up offices in Beijing and Shanghai to tap the huge tourism traffic from the Chinese cities. Strategically, the TAT office in Hong Kong will promote Thai destinations in southern China. Tourism campaigns will be underway in cities such as Guangzhou which has emerged as another potential market for Thailand. In India, the TAT also established a foothold with office now up and running in the capital New Delhi. In India's case, however, the marketing plan will focus on corporate travelers, families and film production firms looking to invest in Thailand. Minor International (MINT), one of the leading local hospitality and food service groups, has mentioned some positive indicators of Thailand's tourism and hospitality industry. There has been an almost five percent hike in the number of total passengers at major airports in Thailand. With aggressive expansion of low-cost airlines in the country, Airports of Thailand Plc has forecast the number of domestic passengers will grow by up to 8% in 2006. MINT also recognizes a trend pushing business expansion which is a major increase in the number of female tourists to the country. This segment grew by 29% in 2004 and as a result, a wide variety of female-oriented tourism products have been developed such as cooking schools, and exclusive spas and wellness centers (Choibamroong, 2005).

Trends in Thai Tourism Marketing

The Tourism Authority of Thailand has set a vision for the growth of the travel and Thai tourism industry by enhancing a well-balanced, profitable and sustainable tourism industry with an attempt to continue highlight the culture and heritage of Thailand, uphold Thai international image and standing, create jobs for Thai people and instill in them a strong sense of environmental and cultural preservation. In 2007, TAT is optimistic to achieve the target of 14.8 million international visitor arrivals and tourism revenues of 547.5 billion baht. For the domestic tourism, the target is 82 million domestic trips with projected revenues of 377 billion baht. In 2008, 15.7 million international visitors are expected with 600 million baht while domestic arrival target is 83 million trips with tourism revenue of 600 million baht. In 2009, the number of arrivals is projected to increase by 6 % and revenue to rise by 10 % (Choibamroong, 2005).

In 2008, TAT has planed to attract more quality tourists with high yields and focus on 18 main markets in Asia Pacific, East Asia and Europe as well as 20 emerging markets with strong growth potential such as Indonesia, the Philippines, Vietnam, Russia, CIS countries (Former Soviet Republic), East Europe and the Middle East. To succeed in increasing higher number of high yield tourists, in 2007, TAT has announced the realignment of its marketing strategy to provide a clearer positioning of the country's tourism products. TAT Governor Phornsiri Monoharn says about the international tourism marketing strategy that "the first and most important change that we have made is to reinforce the Amazing Thailand slogan that proved so successful in 1998-99" (Diethelm Travel, 2007, p. 9). This shows that TAT has seen the success of the Amazing Thailand Years and then put an attempt to boost the number of international visitors based on what they have done previously as they believe that the slogan "Amazing Thailand Years" has underscored the image of Thailand as a peaceful and hospitable destination with high quality, value for money products and services. To attract more international visitors in a clearly focused and segmented manner, TAT has reclassified the tourism products into seven categories under the theme "Seven Amazing Wonders", which are as follows;

- *Thainess:* The art of Thai living, traditional Thai hospitality, lifestyles and cultural tourism products
- *Treasure:* Heritage and history, world heritage sites, historical attractions, temples and museums
- *Beaches:* Thailand popular beach resort destinations
- *Nature:* National parks, soft adventure and ecotourism products
- *Health and Wellness:* Medical tourism, spa and health resorts
- Trends: Boutique hotels, shopping centers, dining and night life
- Festivals: International and Thai festivals and events

TAT says that although the tourism products have been reclassified to satisfy each target market, tourism marketing promotional activities and campaigns need to be more proactive. Therefore, in the year to come, time and efforts will be given to enhance e-tourism marketing abilities through online networks, for example, websites, blogs, discussion forum, travel clubs and mobile phone messages. However, the normal tourism marketing activities will be continuously undertaken such as the conduct of viral marketing (word of mouth), relationship marketing, loyalty and reward campaigns, travel promotion packages and special offers, joint promotions with restaurants, airlines and tour operators and international travel road shows (Diethelm Travel, 2007).

For the domestic tourism marketing, TAT says that domestic market has been regarded as important as international one. The 2008 domestic tourism marketing plan shows that the plan places equal importance on promoting the distribution of tourism revenue to all regions of Thailand and encourage the Thais to discover their motherland with hope that they would feel committed to protect and conserve national assets through responsible tourism. As well, domestic tourism will help increase pride, civic awareness and responsibility of local communities towards local tourism products. To reach the set goals, various elements of marketing activities are designed such as environmental awareness campaigns (Keep Thailand Beautiful, Thailand Tourism Awards, Youth Camps, etc.), educational campaigns (Good Host Project), educational

travel activities (the Royal Initiative Project, Pro-Travel New Generation Thai Program, Green Classroom) and launching domestic travel campaign "Tourism has become a part of life". The aforementioned activities are supported by above-line advertising (TV and radio), outdoor advertising (Billboards and Subway Ads) and promotional offers (Amazing Cash Coupons, One Night One Price, MICE in Green) (TAT, 2007).

Challenging Issues of Thai Tourism Marketing

Thailand has successfully been developing the tourism industry for many decades and has been regarded as a very pioneer country in actively doing tourism marketing activities. As a result, Thailand has been popular among international visitors. At present, although the statistics show that the number of international tourists visiting Thailand has been increasing, the growth rate is still rising slowly, compared to the neighboring countries. Diethelm (2007, p. 8) indicates that "Thailand is surrounded by competitors looking to grab a piece of the regional and global tourism pie with Vietnam, Laos and Cambodia all experiencing double-digit growth in arrivals". Additionally, Perter De Jong, PATA Chief Executive Officer, says that Thailand is not in a position like 15 years ago where everything was new and fresh for tourists. Today, people who have been to Asia two or three times are searching for something new and different. This has put Thailand into a hard position to propose new choices and experiences as most tourism resources have been offered as tourism products.

Another problem that obstructs Thailand to be able to compete with other countries in the region is insufficient collaboration among all tourism-related stakeholders particularly from the business sector. The sector points out that they do not know where to collaborate due to the lack of information sharing. This has led to the weakness in joint-marketing activities causing less powerful in drawing visitors to the country.

Provision of incentives to attract international visitors to the country is another barrier. Swiss International Air Lines General Manager for Thailand, Laos, Myanmar, Cambodia, Vietnam and Chairman of the Board of Airline Representatives Brian Sinclair Thomson presents that in other Asian countries such as Singapore and Kuala Lumpur there are incredible incentives to fly to those destinations but in Thailand there is nothing like that (Diethelm Travel, 2007).

Holding sophisticated branding causing vague image of Thailand is another vital problem at present. It is possible to say here that complicated international image would be problematic in convincing the target markets to come to Thailand. Many say that the vague image of Thailand is rooted from adverse publicity and inconsistent messages by mass media. To mitigate this problem, strong, credible print, web and publicity branding should be done by a professional branding agency. Mr. David Keen says that Thailand should define the country's core tourism products and use it to create a new branding that should be clean and imaginative. Tour operators would be important stakeholders in creating a new branding that should change the focus from Pattaya and Phuket to the wealth of other destinations for example Chiang Rai, Krabi and the national parks. Mr. Keen suggests that content to build the brand should be credible and not full of bland superlatives. In addition, the tone should be crisp and intuitive and enables the readers to obtain a true understanding of Thailand's tourism resources (Diethelm Travel, 2007).

Mr. Chanin Donavanik, Dusit Group Chief Executive and Chairman of The Thai Hotels Association, points out that at present, Thailand holds an image as a cheap destination, therefore, Thailand is successful merely in terms of numbers of tourists but not financial gain. He mentions "move away from promoting Thailand as a cheap destination to one of value where, for a fair price, one gets the very best of Thai hospitality" (Diethelm, 2007, p. 18). As well, TAT says that Thailand has faced a problem of image as a recent research shows the tourists do not hold the image of Thailand as a culture-based destination as expected to be but a night-life destination (TAT Tourism Magazine, 2006). This has resulted in an attempt of TAT to do a new Thailand branding. This clearly shows TAT has acknowledged about this problem by including "Branding Thailand" as a key issue of concern in the 2008 tourism marketing plans.

Having difficulties in finding high quality tourism products to be marketed for high yield tourists is another critical problem in doing tourism marketing for Thailand. Thailand has been using the beauty of the country as a theme to attract visitors for many years. Doing so has resulted in boosting tourists to visit nature-based tourism such as ecotourism, soft adventure, trekking and marine activities while the management mechanisms of those destinations do not function in terms of site management. In the past, Thailand merely had the Tourism Authority of Thailand (TAT), placing an emphasis role in doing marketing while tourism resource management authority has been transferred to the local government bodies which did not see tourism management as a first priority. This circumstance seems better after the Ministry of Tourism and Sports was established, however, as a new ministry, they need to be more functionally active in terms of collaborating with other sectors at all levels to take care of tourism resources and products. To clarify, there is no balance between the host-guest management. Given this circumstance, many tourism destinations in Thailand are in crisis, encountering environmental and social negative impacts due to the failure in visitor, site and carrying capacity management. This would cause a problem for Thailand to find high quality products to be marketed for high yield tourists.

In terms of destination promotion, insufficient promotion through international/ regional magazines would be another problem. Analyzing the previous marketing promotions and campaigns of the TAT undertaken in the past shows that most marketing activities were central to road shows and TV and billboard ads. Interviews of the Thai tour operators signify that marketing tourism destinations and activities are hardly done via international and regional well-known magazines. The tour operator sector says this kind of media can attract a large number of high quality visitors who like reading and the pro of it is easily to attract the right target market. Therefore, it can be recommended here that TAT should pay more attention to promote the country via international magazines.

With regard to marketing for domestic tourism of Thailand, promoting domestic tourism via "learning" themes of destinations in some parts of Thailand for the Thais seems unsuccessful. Many studies illustrate what TAT has done to promote the northeastern region of Thailand as a Khmer civilization learning destination is unsuccessful due to the misconception of consumer behavior of the Thai tourists. Many say that the main purpose of the Thais to travel is to relax not to learn. Particularly, when they make a journey, they like "Chop" (shopping), "Chak" (taking

a photo), “Chee” (going to a toilet), “Chim” (tasting foods and meals) and “Chom” (seeing beautiful destinations). Therefore, to urge more Thai people to travel, the marketing campaigns need to vividly show what available in accordance with their traveling behavior. This would effectively develop domestic tourism, distribute the tourism income to all regions and finally create total development of the country.

Conclusion

The paper has critically analyzed the movement and development of global and regional tourism particularly tourism circumstances of ASEAN. The tourism industry movement of Thailand is discussed to show its bright future, its target markets and market share. It is possible to say here that Thai tourism has been pioneered and developed for many decades, hence, passing through many stages namely conventional tourism which sees tourism as an economic development tool, then mass tourism which focuses on only income of tourism and numbers of the visitors. Alternative tourism has taken roles in Thai tourism industry as it has encountered environmental problems due to the lack of carrying capacity management. Post modern tourism is then taken into consideration to mitigate tourism negative impacts by stressing an importance of high quality visitors and less concern on the number of the tourists. Easily speaking, the Thai tourism industry is moving from “quantity” to “quality”, from “demand-based” to “supply-based”, partly influenced by his Majesty the King Bhumibol’s sufficiency economy theory. This has led to changes in marketing activities of Thailand that pays more attention to high yield visitors as well as the quality of the tourism products. However, in terms of challenging issues of Thai tourism marketing, it has found that Thailand is facing severe competition among surrounding countries, insufficient tourism marketing incentives, vague branding and image of Thailand, difficulties in proposing high quality tourism products for high yield tourists, ineffective tourism promotion through mass media and the misconception of consumer behavior of the Thais for domestic tourism marketing.

References

Choibamroong, T. (2005). A Step of Unity Forward: Collaborative Tourism Approaches for ASEAN One Destination. Synthesis paper, ASEAN Tourism Roadmap Conference Symposium 2005, Bangkok, Thailand (http://app.stb.com.sg/asp/des/des05.asp)

Diethelm Travel (2007) Diethelm Travel’s Thailand Tourism Review, A Special Publication of the Bangkok Post.

Gisbourne, I. (2006) “Beau Thai, Thailand Strategy Report” Report prepared for Phatra Securities Plc. Bangkok, April 25, 2006.

Tourism Authority of Thailand (2007) **2008 Domestic and International Marketing Strategies and Plans**.

Tourism Authority of Thailand’s Tourism Magazine (2006) Thai Tourism Image and Positioning, Vol. 47 (1).

World Tourism Organization. (2006). **Tourism Highlights 2006 Edition**. Madrid: World Tourism Organization.

World Tourism Organization. (2005). *WTO World Tourism Barometer.* Vol. 3 No. 1.

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวทางน้ำชุมชนริมคลอง เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

Sustainable Tourism Development: A Case Study of Waterway Tourism at Talingchan Rivering Community, Bangkok

ประกอบศิริ ภักดีพินิจ
มหาวิทยาลัยนเรศวร พะเยา

Prakobsiri Pakdeepinit
Naresuan University Phayao

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ความต้องการของนักท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประชากรที่ศึกษามี 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ กลุ่มชาวบ้านในชุมชน แบ่งเป็นกลุ่มหัวหน้าครอบครัว ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำตลิ่งชัน รวมจำนวน 55 คน 2) ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นเจ้าหน้าที่เขตตลิ่งชันที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และ 3) กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเยือนชุมชนริมคลองจำนวน 300 คน โดยใช้แบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่าชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชันมีศักยภาพในการที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และการเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวชุมชนริมคลอง โดยเฉพาะในด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในระดับมาก และต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำอีก โดยมีความต้องการให้พัฒนาในด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานและสวัสดิภาพและความปลอดภัย ทั้งนี้ได้มีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4 ด้าน คือ 1) การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว เส้นทาง กิจกรรม 2) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน 3) การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4) แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการการท่องเที่ยวของชุมชนและ 5) การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

Abstract

The objectives of this study were to study 1) the sustainable tourism development capacity of Talingchan Rivering Community; 2) the tourists needs, and 3) trends of sustainable tourism development. Methods: There were three groups of population, consisting of community members, tourists and tourism officers of Talingchan district. The researcher use systematic random sampling to identify 300 tourist samples, classified 55 villager keyinformants and 3 officers. Data were collected by the use of a set of questionnaires with the tourist samples and in-depth interview format with community members and tourism officers of Talingchan district. Results: results of the study were as follow. The communities had some degrees of capacity in

conducting sustainable tourism development. Most tourist samples were satisfied with the tourism activities in the area. Most samples expressed their needs toward the issues of security, safety infrastructure, resources and environment in the tourist destination. There were 5 trends of sustainable tourism development. Those were the development of various route and activity patterns, community participation promotion, sustainable tourism marketing development, the development of service capacity in the community, and tourism resource conservation.

คำนำ

เขตตลิ่งชันเป็นเขตการปกครองหนึ่งของกรุงเทพมหานคร มีชุมชนริมน้ำซึ่งมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากที่อื่น เนื่องจากชาวตลิ่งชันบริเวณนี้ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก เช่น ปลูกผัก พืชสวน ผลไม้ ฯลฯ ในปัจจุบัน สภาพความเป็นอยู่ ประเพณี วิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมยังคงมีปรากฏให้เห็นเด่นชัด เช่น ประเพณีชักพระทางน้ำ การบิณฑบาตของพระสงฆ์ทางเรือ การซื้อขายสินค้าทางน้ำ กิจกรรมเหล่านี้ได้สะท้อนให้เห็นความเป็นอยู่อย่างไทยๆ ในปี พ.ศ.2530 เขตตลิ่งชันจัดโครงการจัดตั้งตลาดน้ำตลิ่งชัน ริมคลองชักพระขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังตลาดน้ำตลิ่งชันได้สัมผัสกับวิธีการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวตลิ่งชัน ซึ่งยังมี เด็กโดดน้ำ ว่ายน้ำ บ้านเรือนทรงไทย การค้าขายทางเรือ ที่มีเรือขายสินค้าต่างๆ อาทิ ก๋วยเตี๋ยวเรือ เรือขายชา กาแฟ โอเลี้ยง เรือขายอาหารสด ขนม ของใช้ต่างๆ หรือที่เรียกว่าซุปเปอร์มาเก็ตลอยน้ำ การชมวัดและไหว้พระ การให้อาหารปลา การชมสวนตามฤดูกาล เช่น สวนผลไม้ กล้วยไม้ เป็นต้น โดยเส้นทางหลักที่เรือท่องเที่ยวพาไปเยี่ยมชมในเขตตลิ่งชัน คือ คลองชักพระ คลองบางเชือกหนัง คลองลัดตาเหนียวและคลองบางน้อย

การมีตลาดน้ำตลิ่งชันทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมชุมชนริมคลองในเขตตลิ่งชันมากขึ้น ทั้งที่มากับเรือบริการของตลาดน้ำตลิ่งชันและมากับเรือรับจ้างท่องเที่ยวที่มีบริการอยู่ตามท่าน้ำเจ้าพระยา อาทิ ท่าพระอาทิตย์ ท่าพระจันทร์ ท่าช้าง ท่าเตียน เป็นต้น โดยลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยวชุมชนริมคลอง หากเดินทางมากับเรือบริการของตลาดน้ำตลิ่งชันก็จะมีมัคคุเทศก์บรรยายสิ่งที่พบเห็นระหว่างเดินทางและจอดให้เลือกซื้อสินค้าตามจุดต่างๆ เช่น สวนกล้วยไม้ ขนมจากบ้านเรือนที่อยู่ติดริมน้ำ การให้อาหารปลา แต่หากนักท่องเที่ยวเดินทางมากับเรือเหมารับจ้างซึ่งส่วนใหญ่จะไม่มีมัคคุเทศก์ มีเพียงคนขับเรือเป็นผู้อธิบายรายการต่างๆ เพียงเล็กน้อยและการพาท่องเที่ยวก็มักจะเป็นไปตามเส้นทางที่ตนเองถนัดเท่านั้น ซึ่งโดยภาพรวมแล้วก็เป็นเพียงการท่องเที่ยวเพื่อชมภาพบรรยากาศของชุมชนเท่านั้น (Sight Seeing Tour) ซึ่งจากลักษณะของการท่องเที่ยวแบบชมบรรยากาศ นักท่องเที่ยวสัมผัสได้เพียงบรรยากาศโดยรวมของชุมชน ขาดโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมหรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเจ้าของชุมชน ส่วนชุมชนก็ขาดโอกาสในการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ต่างๆ ในกระบวนการท่องเที่ยว รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวก็อาจจะอยู่กับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวทางน้ำในชุมชนริมคลองเป็นทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีการเดินทางเข้าเยี่ยมชมชุมชนริมคลองทุกวันและมีความหนาแน่นเพิ่มมากขึ้นในวันเสาร์ อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ จากจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เริ่มมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นตามกระแสการส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งการเจริญเติบโต

ทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันนอกจากจะก่อให้เกิดการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ การสร้างอาชีพให้กับชุมชนริมคลองแล้ว ก็ย่อมก่อให้เกิดผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนริมคลองตลิ่งชันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ด้วยเช่นกัน ส่วนผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ส่วนใหญ่ คือ ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับผลของการท่องเที่ยวได้สร้างความเสียหายให้กับคนในท้องถิ่นในรูปของขยะ เสียงรบกวนจากเรือตลิ่งที่ถูกกัดเซาะรวดเร็วขึ้นจากการวิ่งด้วยความเร็วของเรือนำเที่ยว ผลเสียเหล่านี้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับแต่คนในท้องถิ่นต้องได้รับผลกระทบที่เกิดขึ้นและต้องเผชิญกับปัญหาเหล่านั้นและส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมของชุมชนริมคลองด้วยเช่นกัน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นอีกแนวทางหนึ่ง ที่ให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว การแบ่งปันผลประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของชุมชนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเป็นการพิจารณาว่าจะดำเนินการอย่างไรที่จะทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถดำรงอยู่ได้โดยทรัพยากรทางการท่องเที่ยวยังคงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอและไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม วัฒนธรรมหรือถ้ามีก็มีน้อยที่สุดและสามารถจัดการแก้ไขได้

จากที่กล่าวมาเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งว่าจะทำอย่างไรให้การเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำในเขตตลิ่งชันสามารถพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน และเกิดผลกระทบทางด้านลบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้น้อยที่สุดและนำไปสู่ความยั่งยืนของชุมชน ฉะนั้นการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาไว้ 3 ข้อ คือ 1.) เพื่อศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมคลอง 2.) ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนชุมชนริมคลอง และ 3.) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

ขอบเขตพื้นที่ในการวิจัยในครั้งนี้อยู่ในชุมชนริมคลองชักพระ คลองบางเชือกหนัง คลองลัดตาเหนียวและคลองบางน้อย เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร มีระยะเวลาในการทำวิจัยตั้งแต่เดือนเมษายน 2549 ถึง กุมภาพันธ์ 2550 ผู้วิจัยได้เลือกวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้คำตอบที่ครอบคลุมเนื้อหาอย่างสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่ตั้งไว้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นคนในพื้นที่ชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชันแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ กลุ่มชาวบ้านในชุมชน กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเยือนชุมชนและเจ้าหน้าที่เขตตลิ่งชันที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดของแต่ละส่วน ดังนี้

1. กลุ่มชาวบ้านในชุมชน ประกอบด้วย 4 กลุ่ม คือ

1) หัวหน้าครัวเรือนที่มีบ้านอยู่ริมคลองชักพระ คลองบางเชือกหนัง คลองลัดตาเหนียวและคลองบางน้อย เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร จำนวน 5 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนวัดปากน้ำฝั่งเหนือ ชุมชนคลองบางน้อย ชุมชนวัดเกาะ ชุมชนวัดช่างเหล็กและชุมชนคลองชักพระ จำนวนชุมชนละ 5 คน ทั้งหมด 25 คน ในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาครั้งนี้ ได้ใช้วิธีการ Snow ball technique คือ ในขั้นตอนแรกได้เข้าไปพบกับกลุ่มของผู้นำชุมชนก่อน และให้กลุ่มผู้นำได้แนะนำบุคคลที่จะเข้าไปสัมภาษณ์

โดยระบุคุณสมบัติของหัวหน้าครัวเรือนเป็นผู้ที่มีที่พักอาศัยอยู่ติดริมคลองและให้หัวครัวเรือนที่ได้ให้สัมภาษณ์แล้วแนะนำหัวหน้าครัวเรือนที่มีคุณสมบัติเดียวกันต่อไปเรื่อยๆ

2) ผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ผู้จำหน่ายอาหารคาว ผู้จำหน่ายอาหารหวาน ผู้จำหน่ายผลไม้ ผู้จำหน่ายของที่ระลึกและผู้จำหน่ายต้นไม้ดอกไม้ โดยแบ่งเป็นประเภทละ 2 คน ในการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตการณ์ในลำดับแรก โดยดูว่าร้านไหนในแต่ละประเภทที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการสม่ำเสมอ แล้วในวันต่อไปผู้วิจัยจึงเข้าไปสัมภาษณ์เพื่อสอบถามความคิดเห็น

3) ผู้ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนริมคลอง จำนวน 13 คน ประกอบด้วย อาชีพทำสวน จำนวน 5 คน ได้แก่ สวนที่เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน จำนวน 2 คนจาก 2 สวนและสวนที่ไม่เปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบัน จำนวน 3 คน จาก 3 สวน ผู้ทำอาชีพเรือบริการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน จากท่าเรือบริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา จำนวน 2 คน จากเรือบริการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 1 คนและจากท่าเรือของชาวบ้านที่บริการเช่าเรือแก่นักท่องเที่ยว จำนวน 2 คน และมัคคุเทศก์ จำนวน 3 คน จากการบริการเรือท่องเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน

4) กลุ่มผู้นำชุมชน จำนวน 6 คน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน จำนวน 5 คนและผู้นำประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน จำนวน 1 คน

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการเรือนำเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน ประมาณ 1,000 คนต่อเดือน ผู้วิจัยอาศัยตาราง Krejcie and Morgan ในการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ไม่น้อยกว่า 280 คน การเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ได้แจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวทางน้ำของตลาดน้ำตลิ่งชัน ซึ่งแต่ละวันจะมีรอบบริการประมาณ 7 รอบ ซึ่งแต่ละรอบมีผู้ใช้บริการประมาณ 25 คน ซึ่งผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามโดยเลือกกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการตอบคำถามได้ โดยไม่เลือกกลุ่มเด็กเยาวชนที่มากับพ่อแม่ เนื่องจากบางประเด็นคำถามอาจให้คำตอบได้ไม่ชัดเจน เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว หรือผู้สูงอายุที่มีความยากลำบากในการตอบแบบสอบถาม ในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการเรือนำเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชัน เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มาท่องเที่ยวในตลาดน้ำตลิ่งชัน มีการท่องเที่ยวทางเรือ เยี่ยมชมสวนเกษตรและวัด ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามานั่งเรือชมทิวทัศน์ ส่วนมากไม่ได้แวะชมแหล่งท่องเที่ยว

3. เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเขตตลิ่งชัน เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 3 คน

หลังจากได้ทำการศึกษาและสำรวจข้อมูลของชุมชนเบื้องต้นแล้วผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือขึ้นมา 3 ชุด เพื่อนำมาใช้เก็บรวมรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งเป็น 1) ประเด็นการสังเกต การสำรวจพื้นที่ศึกษา ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจ ศึกษาสภาพชุมชนดูลักษณะพื้นที่สภาพแวดล้อม ลักษณะธรรมชาติ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ลักษณะอาชีพ เป็นต้น 2) แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ระดับลึกประกอบด้วย 5 ประเด็น คือ ข้อมูลเกี่ยวกับสภาวการณ์การท่องเที่ยว ศักยภาพของชุมชน การรักษาสิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม การบริหารจัดการ และการมีส่วนร่วมของชุมชนและ3) แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว ซึ่งแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแบบแผนการท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ และส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชัน

ผลการศึกษา

1. การศึกษาศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมคลอง ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชัน ได้พิจารณาจาก 6 องค์ประกอบ คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน จากการศึกษาพบว่าชุมชนมีองค์ประกอบที่เหมาะสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4 ด้าน ทรัพยากรการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยและความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกและการมีส่วนร่วมของชุมชนต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาต่อไป โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ คือ

1) ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า ชุมชนมีศักยภาพในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาได้จากความสวยงามและธรรมชาติของคลอง ความมีสภาพวิถีชีวิตริมคลองที่เป็นเอกลักษณ์และหาได้ยากในปัจจุบันโดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้แล้วยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ริมน้ำที่นักท่องเที่ยวสามารถแวะเที่ยวชมได้ เช่น สวนกล้วยไม้ สวนผัก วัด เป็นต้น เมื่อเข้าในชุมชนแล้วนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับความเป็นมิตรของประชาชนริมคลอง โดยสังเกตได้จาก มีการทักทายนักท่องเที่ยวด้วยการโบกมือยิ้มแย้มระหว่างที่นักท่องเที่ยวนั่งเรือผ่านไปมา นอกจากนี้แล้วชุมชนริมคลองยังมีทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวทางน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านสภาพวิถีชีวิตความเป็นอยู่สองฝั่งคลองและบรรยากาศของตลาดน้ำตลิ่งชัน แสดงเห็นว่าทั้งสองประเด็นเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมชุมชนริมคลองได้ และชุมชนริมคลองยังสามารถสร้างโอกาสในการท่องเที่ยวทางน้ำเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำในพื้นที่ใกล้เคียงได้ เช่น เส้นทางคลองบางกอกน้อย คลองบางกอกใหญ่และคลองด่าน เป็นต้น เพื่อให้เป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวที่เคยท่องเที่ยวในเส้นทางเดิมแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับการเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการให้เพิ่มเส้นทางท่องเที่ยวทางน้ำและกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวให้มีหลากหลายมากยิ่งขึ้น ประกอบกับในปัจจุบันรัฐบาลมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ทั้งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติท่องเที่ยวในเมืองไทยมากขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางน้ำและท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเมืองหลวงที่หลายหน่วยงานภาครัฐได้ร่วมมือกันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ซึ่งทำให้ชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชันเป็นหนึ่งในทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสบรรยากาศและวิถีชีวิตริมคลอง

อย่างไรก็ตาม ชุมชนริมคลองยังต้องมีการพัฒนา ปรับปรุงและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน โดยเฉพาะคลองและวิถีชีวิตริมคลองที่เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวทางน้ำคือความสะอาด ไม่เน่าเสียของคลอง ที่จะเป็นจุดหลักในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อความสะอาดของแม่น้ำลำคลอง อยู่ในระดับปานกลาง และมีข้อเสนอแนะให้มีการพัฒนาคลองให้มีความสะอาดปราศจากขยะและกลิ่นเน่าเสียมากที่สุด ซึ่งจากการศึกษา พบว่า น้ำในคลองมีสภาพเน่าเสียในบางเวลา โดยเกิดจากระดับน้ำขึ้น-น้ำลง และการเปิด-ปิด ประตูน้ำ นอกจากนี้แล้วยังต้องอนุรักษ์วิถีชีวิตริมคลองให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางลบช้าที่สุด เช่น การสืบทอดอาชีพเกษตรกรรม ทั้งสวนกล้วยไม้ สวนผักและสวนผลไม้ต่างๆ ที่ในปัจจุบันลูกหลานชาวสวนให้ความสนใจกับอาชีพอื่นๆ มากกว่า ประกอบกับความเจริญที่เข้ามาทำให้มีผู้คนจากต่างถิ่นสนใจพื้นที่ในชุมชนเพื่อการประกอบธุรกิจ เช่น หมู่บ้านจัดสรร สนามไดร์กอล์ฟ ร้านอาหาร เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยภายนอกที่เร่งให้ชุมชนริมคลองเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นชุมชนจึงต้องเร่งหามาตรการในการที่จะป้องกันให้ทรัพยากรท่องเที่ยวเหล่านี้คงอยู่ได้นานที่สุด เพราะหากทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาก็มีปริมาณน้อยลงด้วย และหันไปให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลอื่นๆ เช่น คลองประเวศบุรีรมย์ เกาะเกร็ด เป็นต้น ที่เป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวทางน้ำและศึกษาเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชน

2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จากการศึกษา พบว่า ชุมชนมีศักยภาพในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาได้จากที่ตั้งของชุมชนที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นแหล่งศูนย์รวมทั้งในด้านความเจริญก้าวหน้าทั้งทางเทคโนโลยีและวัฒนธรรม ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชันจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่ตัดสินใจท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร และนักท่องเที่ยวเดินทางมาได้อย่างสะดวกและอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ อาทิ พระบรมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดอรุณราชวราราม เป็นต้น ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่พักในกรุงเทพมหานครสามารถท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับได้ในวันเดียว ทั้งยังมีความสะดวกในการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางรถยนต์ รถไฟและทางน้ำ โดยเฉพาะทางน้ำซึ่งมีท่าเรือตามริมแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีบริการท่องเที่ยวทางน้ำในเส้นทางเขตตลิ่งชัน เช่น ท่าเรือของโรงแรมชื่อดังต่างๆ ท่าพระอาทิตย์ ท่าช้าง ท่าเตียน เป็นต้นหรือสามารถใช้บริการนำเที่ยวของตลาดน้ำตลิ่งชันที่ให้บริการในวันเสาร์-อาทิตย์ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ได้ ซึ่งการใช้บริการของตลาดน้ำตลิ่งชันยังมีราคาถูกและได้สัมผัสบรรยากาศของชุมชน เพราะมีการพาขึ้นชมวัด สวนกล้วยไม้ ซื้อผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของชุมชน ประกอบกับการท่องเที่ยวสามารถทำได้ตลอดทั้งปี เนื่องจากน้ำในคลองไหลเวียนสม่ำเสมอและมีระดับน้ำคงที่ โดยเฉลี่ยระดับความสูงของน้ำอยู่ที่ระดับประมาณ 2 เมตร จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนอย่างต่อเนื่อง

3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว จากการศึกษา พบว่า ในการพัฒนาชุมชนริมคลองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืน ยังจำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจากการเข้าไปสำรวจในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งพบว่า ตลาดน้ำตลิ่งชันมีพื้นที่จอดรถไม่

เพียงพอ ส่วนห้องน้ำได้ใช้บริการของสำนักงานเขตตลิ่งชัน โดยการให้บริการห้องน้ำมีการคิดค่าบริการคนละ 2 บาท ต่อครั้ง แต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวและไม่สะอาดเพียงพอ มีการตั้งวางถังขยะในหลายจุด แต่เป็นถังขยะที่มีขนาดใหญ่แบบมีล้อลาก ทำให้เกิดทัศนียภาพที่ไม่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนในด้านป้ายบอกทางมายังตลาดน้ำนั้นมีความชัดเจนสามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้เข้าถึงได้ง่าย

ส่วนสวนกล้วยไม้ พบว่าสวนกล้วยไม้แต่ละแห่งไม่มีห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยวโดยเป็นการใช้ร่วมกันกับเจ้าของสวน มีการตั้งวางของใช้ส่วนตัวของผู้พักอาศัย ทำให้ไม่ได้รับความสะดวกในการใช้บริการ ส่วนถังขยะมีการตั้งวาง 1-2 จุด ท่าเทียบเรือเป็นแบบตลิ่งหรือท่าน้ำถาวร ทำให้การขึ้นลงเรือลำบากในช่วงที่น้ำลง เนื่องจากความสูงระหว่างระดับเรือและท่าเทียบเรือต่างกันมาก ในด้านป้ายอธิบายความหมายในแหล่งท่องเที่ยวนั้นยังไม่มีการจัดทำขึ้น ส่วนแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัด พบว่ามีห้องน้ำบริการเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว แต่ยังขาดผู้ดูแลรับผิดชอบในเรื่องความสะอาดของห้องน้ำหรือน้ำที่ใช้ในการชำระล้าง รวมไปถึงท่าเทียบเรือที่เป็นลักษณะตลิ่งหรือท่าน้ำถาวร ทำให้เกิดการขึ้นลงเรือลำบากในช่วงที่น้ำลง เนื่องจากความสูงระหว่างระดับเรือและท่าเทียบเรือต่างกันมาก ส่วนป้ายอธิบายความหมายในแหล่งท่องเที่ยวนั้นยังไม่มีและการให้บริการของทัวร์ตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่า เรือที่ให้บริการส่วนมากมีที่นั่งระหว่างแถวแคบ เสื้อชูชีพที่ให้บริการนั้นบางตัวอยู่ในสภาพที่ไม่สามารถใช้งานได้อย่างสมบูรณ์ มีราขึ้นและสีสันไม่สดใส ซึ่งสอดคล้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางและมีข้อเสนอแนะให้พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอและถูกสุขลักษณะ

4) ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า ชุมชนมีศักยภาพด้านในความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืน โดยพิจารณาได้จาก ที่ผ่านมายังไม่เคยมีอุบัติเหตุระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว หรือเกิดอุบัติเหตุ ถูกทำร้ายร่างกายหรือโจรกรรมทรัพย์สินระหว่างเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนริมคลอง ในส่วนของตลาดน้ำตลิ่งชันจะมีเจ้าหน้าที่ของประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน คอยสอดส่องดูแลความเรียบร้อยในบริเวณตลาดน้ำและลานจอดรถส่วนวัดจะมีบริเวณโล่ง ง่ายต่อการมองเห็นจากผู้คนรอบข้างและเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์จึงที่ไม่มีผู้เข้ามาทำอันตราย ในด้านสวนกล้วยไม้จะมีเจ้าของสวนเป็นผู้นำทาง มีการบอกกล่าวหรือเตือนให้ระวังอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นได้และดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ประกอบกับชุมชนริมคลองยังมีสภาพสังคมเป็นระบบเครือญาติอยู่ จึงทำให้ทุกคนช่วยกันสอดส่องดูแลความปลอดภัยของคนในชุมชน นอกจากนี้แล้วยังมีสถานีตำรวจที่ให้บริการกับประชาชนถึง 2 สถานี คือ สถานีตำรวจนครบาลตลิ่งชัน และสถานีตำรวจนครบาลบางเสาธง มีการรักษาความปลอดภัยของชุมชนมีทั้งทางบกและทางน้ำ ทางบกมีสายตรวจทั้งกลางวันและกลางคืน ส่วนทางน้ำมีสายตรวจตอนกลางวันเป็นครั้งคราว กลางคืนมีสายตรวจประจำและหากเกิดอุบัติเหตุร้ายแรงหรือมีการเจ็บป่วยกระทันหันก็สามารถนำส่งโรงพยาบาลได้โดยทันทีทั้งทางถนนและทางน้ำ

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวยังคงต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนาความปลอดภัยในการท่องเที่ยวอยู่ พิจารณาได้จากความพึงพอใจ

ในด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัยที่อยู่ในระดับปานกลางและมีข้อเสนอแนะให้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดเตรียมเสื้อชูชีพที่มีสภาพที่สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ กำหนดจำนวนผู้โดยสารให้ชัดเจนและเหมาะสมกับขนาดของเรือ ให้มีป้ายเตือนภัยให้ระวังในบริเวณที่มีความเสี่ยงที่จะเกิดอันตราย เป็นต้น ซึ่งการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสวัสดิภาพและความปลอดภัยเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวหรือไม่ เพราะมีความสำคัญต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ดังนั้นชุมชนต้องสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวว่าชุมชนริมคลองเป็นชุมชนท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย

5) **ด้านความสามารถในการรองรับของพื้นที่** จากการศึกษา พบว่า ชุมชนมีศักยภาพในด้านความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืนโดยพิจารณาได้จากในปัจจุบันพื้นที่พื้นที่ชุมชนริมคลองมีการลักษณะการท่องเที่ยวที่หมุนเวียนไปตามเส้นทางของคลองมีการแวะชมแหล่งท่องเที่ยวและอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งโดยใช้เวลาไม่นานจนเกินไปจึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวได้เต็มที่ แต่ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ในบางแหล่งท่องเที่ยวยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะที่ตลาดน้ำตลิ่งชันที่ยังขาดแคลนห้องน้ำและลานจอดรถ

โดยภาพรวมแล้ว การท่องเที่ยวในชุมชนริมคลองยังไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสังคม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน แต่หากบางช่วงเวลาที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากหรือมาในระยะเวลาที่ไล่เลี่ยกัน อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน เช่น เสียงดังจากเรือหางยาว น้ำกัดเซาะตลิ่งจากการวิ่งด้วยความเร็วของเรือนำเที่ยว การทิ้งและการกำจัดขยะมูลฝอย เป็นต้น ดังนั้นในอนาคตจึงต้องมีการดำเนินการวางแผนบริหารจัดการในส่วนของความสามารถในการรองรับของพื้นที่ รวมถึงการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าชม

6) **ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน** จากการศึกษาพบว่าในการพัฒนาชุมชนริมคลองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืน ยังจำเป็นต้องมีการส่งเสริมและพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยพิจารณาได้จากการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันที่พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน เป็นไปในลักษณะผิวเผินไม่ลึกซึ้ง มีการค้าขายผลผลิตทางการเกษตรและการให้บริการอื่นๆ เพียงเล็กน้อย ผลตอบแทนที่ได้คือรายได้ที่ให้กับผู้เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น แม่ค้า คนขับเรือ เจ้าของสวนกษตร เป็นต้น โดยไม่มีการนำเอารายได้จากการท่องเที่ยวไปพัฒนาส่วนอื่นๆ ในชุมชน การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นหน้าที่ของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีการกำหนดทิศทางนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติร่วมกันของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ลักษณะของการมีส่วนร่วมส่วนใหญ่เป็นไปใน 2 ลักษณะ คือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมและการมีส่วนร่วมในการร่วมรับผลประโยชน์ ส่วนขั้นตอนของการมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาและการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ยังไม่มีให้เห็นเป็นรูปธรรม ประกอบกับประชาชนในชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน วิธีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากร รวมถึงวิธีการบริหารจัดการ การกำหนดนโยบายหรือทิศทาง

การพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ อีกทั้งองค์กรหรือหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องยังไม่ได้กระจายบทบาท อำนาจหน้าที่ให้กับชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาก็ได้พบว่าประชาชนในชุมชนและและผู้ที่มีส่วนที่เกี่ยวข้องมีความต้องการในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนริมคลองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืน ทั้งนี้เพราะเชื่อว่าการท่องเที่ยวจะช่วยทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองและชุมชนให้ดีขึ้น

2. การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนชุมชนริมคลองเขต ตลิ่งชัน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาท่องเที่ยวชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชันเป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครมากที่สุด วัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน โดยสาเหตุที่เดินทางมาเพราะเพื่อนชักชวน มักเดินทางมาเป็นกลุ่มกับคนในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน ดังนั้นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวควรเริ่มที่กรุงเทพมหานครก่อน โดยเน้นการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้สัมผัสธรรมชาติและวิถีชีวิตริมคลอง มีกิจกรรมที่สามารถทำได้หลายคนและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำป้ายสื่อความหมายบอกทางหรือสัญลักษณ์ที่ชัดเจนในเส้นทางมาแหล่งท่องเที่ยวและก่อนถึงแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้แล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพิ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยได้รับสื่อประชาสัมพันธ์จากการบอกเล่าจากเพื่อนหรือญาติมากที่สุด และมีความต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวอีก แสดงว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวครั้งแรกเกิดความประทับใจก็มักเกิดการบอกต่อ การบอกต่อหรือคำชักชวนจากกลุ่มญาติหรือเพื่อนจึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว และผู้ที่เคยเดินทางมาแล้วก็จะเป็นผู้นำทางเพื่อนหรือญาติที่ยังไม่เคยมา จึงเกิดเป็นการท่องเที่ยวครั้งที่ 2 ของนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่ง ฉะนั้นกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวจึงควรมีอย่างหลากหลายเพื่อไม่ให้เกิดความจำเจ นอกจากนั้นคุณภาพของสินค้าหรือบริการก็ควรปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้นอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งการรักษาสภาพแวดล้อมของคลองและวิถีชีวิตของชุมชนริมคลองด้วย ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชันหนึ่งครั้งไม่เกิน 500 บาท หากต้องการเพิ่มปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นก็ควรเพิ่มระยะเวลาให้นักท่องเที่ยวได้อยู่ในชุมชนให้มากขึ้น โดยการสร้างกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทำมากขึ้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึก รวมถึงการพัฒนาคุณภาพและรสชาติของอาหารด้วย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่พึงพอใจในความสะอาดของแม่น้ำลำคลองน้อยที่สุด แต่แม่น้ำลำคลองเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดของการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ เนื่องจากเป็นเส้นทางหลักในการเดินทางท่องเที่ยวและเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม หากแม่น้ำลำคลองไม่สะอาด เน่าเสียหรือมีกลิ่นรบกวนการท่องเที่ยว อาจทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวลดลงและอาจเป็นสาเหตุทำให้สุขภาพของประชาชนที่อยู่ริมคลองได้รับผลกระทบด้วย ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมให้มีการรักษาแม่น้ำลำคลองให้สะอาดอยู่เสมอ ซึ่งจะทำให้ประชาชนริมคลองมีคุณภาพชีวิตที่ดีและผลต่อเนื่องที่ตามมาก็คือ มีนักท่องเที่ยวมาเยือนชุมชนริมคลองเพื่อชื่นชมธรรมชาติ วิถีชีวิตอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งก่อให้เกิดรายได้กับคนในท้องถิ่นต่อไป

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกได้แก่ จุดจอดเรือ ทางเดินเท้าที่สะดวกภายในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย การบริการห้องน้ำ/ห้องสุขาและด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัยในการเดินทางทางน้ำ เช่น จำนวนเสื้อชูชีพที่เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว สภาพของเสื้อชูชีพที่สะอาดและใช้การได้ รวมถึงการอธิบายวิธีการที่ถูกต้องในระหว่างการนั่งเรือ ในภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งทั้งสองประเด็นนี้ก็เป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกและปลอดภัย และนำมาพิจารณาในการตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวหรือไม่ โดยเฉพาะด้านสวัสดิภาพและความปลอดภัย ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของแต่ละเส้นทางการท่องเที่ยวให้มีปริมาณเพียงพอกับนักท่องเที่ยว มีความสะอาด อยู่ในตำแหน่งที่สามารถเห็นได้ชัดเจนหรือมีสัญลักษณ์บอกที่ชัดเจนและรวมทั้งพัฒนาระบบความปลอดภัยในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำให้อยู่ในระดับมาตรฐาน มัคคุเทศก์ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจสภาพธรรมชาติและวิถีชีวิตของชุมชนริมคลองเป็นสื่อกลางระหว่างนักเที่ยว ผู้จัดบริการเรือนำเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น เป็นบุคคลที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาความรู้ของมัคคุเทศก์ในด้านการจัดนำเที่ยว ประวัติชุมชน การดูแลความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยว บุคลิกภาพ การใช้ภาษาอังกฤษสำหรับการท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวบางส่วนเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นต้น ทั้งนี้ควรมีการพัฒนาคุณภาพของมัคคุเทศก์อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมคลอง การจะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชันมีความยั่งยืนควรมีองค์ประกอบในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนริมคลอง คือ

1) การมีส่วนร่วมของประชาชน การที่จะทำการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนริมคลองให้เกิดความยั่งยืน สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงและถือได้ว่ามีส่วนสำคัญมาก คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนทุกคนของชุมชน เนื่องจากว่าทุกคนในชุมชนเป็นผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยว บางคนอาจได้รับในทางบวก บางคนได้รับในทางลบทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่วนปริมาณของการได้รับผลกระทบว่ามากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับลักษณะความเกี่ยวข้องที่แตกต่างกันไป แนวทางสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยส่วนมากแล้วต้องมีกิจกรรมเป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งการเข้ามีส่วนร่วมมากหรือน้อยนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่ากิจกรรมนั้นๆ เป็นที่น่าสนใจ มีเวลา ความถนัดหรือเหมาะสมกับคนผู้ที่เกี่ยวข้องหรือไม่ รวมถึงความเข้าใจในการบริหารจัดการและความต้องการมีส่วนร่วม ซึ่งความต้องการมีส่วนร่วมจะอยู่ในระดับใด ก็ขึ้นอยู่กับความมากหรือน้อยของผลประโยชน์หรือผลเสียที่ได้รับที่บุคคลนั้นๆ ได้รับและมีขนาดอย่างไรที่ทางเจ้าภาพต้องการให้เข้าไปช่วยเหลือ ดังนั้นการเข้ามาวางแนวทางการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองนั้นจะต้องเป็นการร่วมมือกันของประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ชุมชนจะมีการจัดตั้งคณะกรรมการที่ดูแลเรื่องท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการบริหารจัดการและเป็นการจัดการอย่างถูกต้องเหมาะสม เข้าใจสภาพของพื้นที่และประชาชนในพื้นที่

2) ก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ท้องถิ่น การท่องเที่ยวในชุมชนริมคลองควรเป็นแหล่งในการสร้างประโยชน์ต่อคนในชุมชนท้องถิ่น เช่น การจ้างแรงงานในพื้นที่ การเสียภาษีให้องค์กรท้องถิ่น หรือการที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนทำให้คนในชุมชนมีงานทำมากขึ้น เช่น สามารถขายสินค้าที่เป็นผลผลิตของท้องถิ่นได้ อาทิ ผลไม้ พืชผัก งานหัตถกรรม เกิดการจ้างแรงงานของคนในชุมชน เป็นต้น

3) อยู่บนพื้นฐานของการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่ดี วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนคนกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความผูกพันซึ่งกันและกันอย่างแยกไม่ออก วิถีชีวิตของชุมชนได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการอาศัยธรรมชาติในการดำรงชีวิต ชุมชนจึงมีความจำเป็นที่จะต้องหาแนวทางในการรักษาความสัมพันธ์นั้นไว้ โดยเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดวิถีชีวิตของตัวเองใหม่ เพราะว่าเมื่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ฐานแห่งการดำรงชีวิตก็เสื่อมโทรมลงไปด้วย ซึ่งชุมชนควรมีการรวมตัวกันเพื่อปกป้องรักษาฟื้นฟูสิ่งที่เป็นฐานการผลิตของชุมชนโดยการรักษาแม่น้ำ คูคลอง อาชีพดั้งเดิม วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีและความเป็นอยู่ต่างๆ ฉะนั้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนชุมชนควรจะควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการอาศัยทรัยาพากรทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตเป็นโอกาสในการสร้างงานสร้างอาชีพโดยผ่านช่องทางของการท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะไม่ใช่วิธีการเดียวที่จะช่วยรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมในชุมชน แต่การท่องเที่ยวก็เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถช่วยให้ชุมชนสามารถดำรงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ได้ และสร้างรายได้ให้กับชุมชนไปด้วยในขณะเวลาเดียวกัน ทั้งนี้การสนองความต้องการของชุมชนก็จะต้องอยู่ในขอบเขตที่สอดคล้องเหมาะสมกับระบบนิเวศและกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ

4) การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ชุมชนริมคลองมีความหลากหลายของทรัพยากร หากทรัพยากรเหล่านี้ไม่ได้รับการส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ทรัพยากรอันมีค่าที่กล่าวมาแล้วก็จะทำแต่เพียงหน้าที่หลักของทรัพยากรนั้นๆ ในสังคมและระบบนิเวศ หากเมื่อมีการท่องเที่ยวเข้ามาแล้วทรัพยากรเหล่านี้ได้สร้างมูลค่าให้กับตัวเองโดยที่ยังคงทำหน้าที่หลักในสังคมและระบบนิเวศต่อไป ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเพิ่มอรรถประโยชน์ของทรัพยากรเหล่านั้นให้มีมากยิ่งขึ้น

ลักษณะของการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในปัจจุบัน เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างไม่เต็มที่และพอดี กล่าวคือ ได้รับการสนับสนุนให้รู้จักเพียงบางส่วน เช่น ตลาดน้ำตลิ่งชันและการนั่งเรือชมวิถีชีวิตริมคลองเท่านั้น แต่ยังมีแหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งที่สามารถนำออกมาเป็นจุดขายได้อีก เช่น พื้นที่การเกษตรที่เป็นสวนกล้วยไม้ สวนพืชผักสวนครัว สวนผลไม้ วัด รวมถึงวิถีชีวิตการประกอบอาชีพของคนเหล่านั้น หรือสภาพความเป็นอยู่ของคนชุมชนริมคลอง เป็นต้น

5) สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยวและกลับมาเที่ยวซ้ำ แต่การสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวต้องให้มีความสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยว ลักษณะกายภาพ สิ่งแวดล้อม ความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวและขีดความสามารถของชุมชนท้องถิ่นหรือเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยวในชุมชนริมคลองนั้น ต้องเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้ประสบการณ์ ความประทับใจ รวมไปถึงสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกในการท่องเที่ยวที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยวด้วย และในทางกลับกันนักท่องเที่ยวเองก็จะต้องมีการเรียนรู้ ปรับตัว และเข้าใจถึงลักษณะวิถีชีวิตวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าไปเยี่ยมชม เพราะหากนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งเพียงเพื่อต้องการชื่นชมกับบรรยากาศที่สวยงาม มีสะดวกสบาย ได้รับการต้อนรับอย่างดีเท่านั้น ก็อาจจะทำให้นักท่องเที่ยวไม่ได้รับรู้หรือสัมผัสได้ถึงลักษณะของวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชนเหล่านั้นอย่างแท้จริง

ทั้งนี้มีแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชัน ใน 5 ด้าน คือ

1. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อให้ประชาชนร่วมมือกันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการริเริ่ม วางแผน วางโครงการ ดำเนินกิจกรรม และติดตามประเมินผลในการจัดการท่องเที่ยว ผลที่ตามมาคือ การเสริมสร้างความเข้มแข็งและความสามัคคีขึ้นในชุมชน โดยมีแนวทางในการส่งเสริมคือ การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ข้อเสนอรูปแบบการจัดองค์กรบริหารการท่องเที่ยวของชุมชนริมคลองและแนวทางการส่งเสริมเครือข่ายเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2. พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเส้นทาง กิจกรรมให้มีความหลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น การจัดเส้นทางท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในชุมชนริมคลอง โดยจัดให้เป็นการผสมผสานระหว่างเส้นทางน้ำและเส้นทางบก การจัดเส้นเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนบรรยากาศ แต่ทั้งนี้ก็ต้องคำนึงถึงระยะเวลาในการท่องเที่ยวด้วย

3. การพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบไปด้วยแนวทางการกำหนดมาตรฐานสินค้าและบริการ แนวทางการกำหนดราคา แนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและแนวทางการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จัก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและสร้างขึ้นมาใหม่ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งด้านจำนวนและคุณภาพ เพื่อให้ชุมชนได้รับผลตอบแทนจากการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

4. การพัฒนาขีดความสามารถในการให้บริการการท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการให้บริการท่องเที่ยว รวมทั้งการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการความต่อเนื่องของการท่องเที่ยว เช่น การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาบุคลากร

5. การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรทั้งทางด้านธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี เพื่อประโยชน์ต่อประชาชนส่วนรวมทั้งในปัจจุบันและอนาคตและเป็นผลสืบเนื่องอำนวยประโยชน์ทางการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ยาวนานที่สุด เช่น การมาตรการเพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

การอภิปรายผล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนหนึ่งที่แนวความคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดทิศทางการพัฒนา เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ส่งผลกระทบโดยตรงกับแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวต้องพึ่งพาอาศัยทรัพยากรทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยวได้ใช้ทรัพยากรเหล่านี้เป็นแหล่งประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันก็ต้องแบ่งปันทรัพยากรเหล่านี้ให้แก่หน่วยอื่นๆ ในสังคม รวมทั้งผู้ที่พำนักอาศัยในท้องถิ่น

ชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชันเป็นชุมชนที่อยู่ระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน ว่าลักษณะของการท่องเที่ยวของชุมชนควรจะไปในทิศทางใด ซึ่งในขั้นต้นชุมชนเองก็อาจจำเป็นจะต้องมีพี่เลี้ยงในการดำเนินงาน ซึ่งอาจเริ่มต้นจากการประสานความมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหาการสนับสนุนในด้านต่างๆ ที่ชุมชนยังขาดไป หน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือหรือสนับสนุนในสิ่งที่ชุมชนขาดแคลนหรือไม่สามารถทำได้ด้วยตัวเอง จำเป็นต้องอาศัยอำนาจของรัฐในการอำนวยประโยชน์ให้ โดยอาจเป็นไปในลักษณะของการกำหนดนโยบายในภาพรวม นอกเหนือจากนี้อาจเป็นไปในด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องที่เอื้ออำนวยกับการท่องเที่ยวได้ รวมถึงการจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ภาครัฐสามารถให้การสนับสนุนได้ และอีกประการหนึ่งที่ภาครัฐควรต้องคำนึงถึงในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นสินทรัพย์ทางการท่องเที่ยว คือ ความคิดเห็นของคนในชุมชน เนื่องจากต้องให้คนในชุมชนยอมรับในแนวทางหรือทิศทางของการพัฒนานั้น ซึ่งไม่เหมือนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นมา เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก หรือแหล่งความบันเทิงประเภทอื่นๆ ที่สามารถสร้างกฎเกณฑ์ขึ้นมาเพื่อจัดระเบียบให้กับแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นได้ โดยที่พนักงานและนักท่องเที่ยวต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด ฉะนั้นการดำเนินงานใดๆ ก็ตาม ต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

ทั้งนี้ จากการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำอย่างยั่งยืนของชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชัน พบว่า ปัจจัยสำคัญที่จะสามารถพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ คือ การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งในปัจจุบันเป็นไปในทิศทางที่ดีแล้ว คือ ขณะนี้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวใน 2 ขั้นตอน คือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมและร่วมรับผลประโยชน์ แต่หากต้องการให้เป็นการมีส่วนร่วมในทิศทางที่ดีขึ้น ควรมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในขั้นตอนอื่นๆ ด้วย คือ การมีส่วนร่วมในการคิดตัดสินใจ ค้นหาสาเหตุของปัญหาที่มีในชุมชนและการติดตามประเมินผลงานที่ดำเนินการไปแล้ว นอกจากนี้แล้วปัญหาที่พบในชุมชน คือ การขาดความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชนทั้งในด้านการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วม การบริหารจัดการ จึงควรมีการดำเนินการในด้านนี้ด้วย แต่สิ่งที่ควรจะตระหนักในการแก้ปัญหา คือ การท่องเที่ยวไม่ได้ส่งผลกระทบทางบวกและทางลบโดยตรงกับทุกคน บางคนอาจได้รับมาก บางคนได้รับน้อย ฉะนั้นการเข้าไปส่งเสริมการมีส่วนร่วมควรเข้าไปให้เหมาะสมกับคนระดับของผลประโยชน์หรือผลกระทบทางลบที่แต่ละคนได้รับ อีกทั้งประเด็นด้านเวลาก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน หากหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเลือกเวลาที่ไม่เหมาะสมที่จะเข้าไปขอความร่วมมือ เช่น การประชุมสัมมนา ระดมความคิดเห็น โดยเลือกจากวัน

เวลาที่ผู้จัดมีความสะดวก เช่นในวันเวลาทำงานตามระบบราชการก็อาจทำให้ไม่ได้รับความร่วมมืออย่างเต็มที่ เนื่องจากชาวบ้านต้องมีงานอื่นๆ ทำเพื่อการเลี้ยงชีพ ทั้งนี้ควรมีการศึกษาก่อนว่ากลุ่มเป้าหมายในการทำกิจกรรมต่างๆ เป็นชาวบ้านในกลุ่มใดและสะดวกในการให้ความร่วมมือในเวลาใด ซึ่งหากมีการศึกษาหรือสำรวจความคิดเห็นแล้ว อาจเป็นหนทางที่หน่วยงานๆ นั้นจะได้รับความร่วมมือจากชุมชนมากขึ้นได้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่เข้าไปส่งเสริมควรให้สมาชิกในชุมชนได้เรียนรู้ถึงความหมายและรูปแบบที่แท้จริงของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรเริ่มต้นที่การเปิดโอกาสให้ชุมชนนั้นมีส่วนร่วมในการดำเนินงานทุกขั้นตอน ถึงแม้ว่าการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานจะไม่เป็นที่คุ้นเคยทั้งกับตัวชุมชนเองและผู้ที่อยู่ในระบบราชการ เนื่องจากว่าการทำงานในลักษณะเดิมชุมชนยังเป็นผู้รับฟังนโยบายและปฏิบัติตามคำสั่งของภาครัฐ ส่วนภาครัฐก็เป็นผู้กำหนดนโยบายและสั่งการ ฉะนั้นการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมต่างๆ อาจต้องใช้เวลาในการปรับตัวระหว่างชุมชนและภาครัฐ

มีการศึกษาวิจัยในหลายพื้นที่ที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน อาทิ ในพื้นที่ป่าดงนาทาม อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ที่ชาวบ้านและนักวิจัยได้ร่วมกันหารูปแบบและแนวทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ซึ่งหลังจากได้สรุปบทเรียนการท่องเที่ยว พบว่า สมาชิกได้ร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะความต้องการอย่างแท้จริง นำไปสู่การกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ที่มีกิจกรรมหลากหลาย สร้างโอกาสการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนและกระจายรายได้ให้สมาชิกในชุมชนอย่างเป็นธรรม นำไปสู่การสร้างโอกาสให้ชาวบ้านได้สร้างการเรียนรู้ในการทำงานร่วมกัน (สดใส สร่างโศรก, 2546) และชุมชนบ้านโป่ง ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ (นำชัย ทนุผล และคณะ, 2543) ที่นักวิจัยและชาวบ้านได้ร่วมกันพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนบ้านโป่ง โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นกรอบในการดำเนินการวิจัย ซึ่งได้พบว่าการดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง โดยแสดงได้จากผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจบริการที่นำมาปันผล สมาชิกในชุมชนส่วนใหญ่พึงพอใจต่อรายได้ที่ได้รับจากการให้บริการการท่องเที่ยว ผลประโยชน์อื่นๆ ที่ได้รับในทางอ้อม มีความพึงพอใจที่มีโอกาสพบปะผู้คนและเพื่อนใหม่ ส่วนสมาชิกในชมรมก็มีความร่วมมือร่วมใจกันมากขึ้นทั้งในด้านการดำเนินกิจกรรม และการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรมที่ดีงามของชุมชน ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นการใช้การมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความยั่งยืนกับชุมชน ดังนั้นชุมชนริมคลองตลิ่งชันก็สามารถจะพัฒนาการท่องเที่ยวของตนเองให้เป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมได้เช่นกัน โดยชุมชนต้องมีการเตรียมตัวเพื่อจะรับกระแสของการท่องเที่ยวที่จะเข้ามา ทั้งในส่วนที่เป็นผลดีและผลเสีย ทั้งนี้ควรจะมีการรวมกลุ่มกันขึ้นภายในชุมชน เพื่อคิดหาวิธีการที่จะรับมือกับสิ่งต่างๆ ที่จะเข้ามา เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่ได้ส่งผลกระทบกับคนเพียงคนเดียว แต่เป็นการกระจายออกไปในวงกว้าง โดยอาศัยพื้นฐานของความสัมพันธ์ทางเครือญาติ การรู้จักมักคุ้น รวมถึงการรวมกลุ่มกันของชุมชนที่มีอยู่แล้วเป็นพื้นฐานในการสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อสร้างการเรียนรู้ที่จะดำรงรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน ในขณะเดียวกันก็จะต้องปรับตัวอย่างเหมาะสมที่จะใช้

ทรัพยากรของชุมชนเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยเป็นการใช้อย่างคุ้มค่าและรู้ว่าควรจะรักษาไว้

ปัญหาอุปสรรคของการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวส่วนมาก คือ ปัญหาการขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง และปัญหาด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งปัญหาเหล่านี้นำไปสู่ปัญหาด้านการจัดการ อาทิเช่น ชุมชนบ้านไหล่หิน จังหวัดลำปาง (ปิยพร ทาวีกุล, 2544) ชุมชนย่านบางลำพู กรุงเทพมหานคร (วิมลสิริ เหมทานนท์, 2546) ซึ่งสอดคล้องกับชุมชนพื้นที่ตลิ่งชันที่คนในชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ถูกต้อง มีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยวบางขั้นตอนและขาดหน่วยงานองค์กรหรือคณะกรรมการชุมชนในการบริหารจัดการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้แล้วสิ่งที่พบในการดำเนินงานของชุมชนเพื่อให้บริการการท่องเที่ยว คือ ความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในงานวิจัยหลายเรื่องที่มีการสนับสนุนให้มีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว อาทิเช่น การพัฒนาตลาดดอนหวายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม จังหวัดนครปฐม (เบญจา จันทร, 2545) การพัฒนาศักยภาพทางการท่องเที่ยวของชุมชนบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี (สุธัญญา ทองวิชิต, 2545) การพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมของชุมชนบ้านหนองขาว จังหวัดกาญจนบุรี (รัฐทิตยา หิรัณยหาด, 2544) ซึ่งผู้วิจัยเองก็มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกับงานวิจัยเหล่านี้ว่า ควรมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้พร้อมต่อการให้บริการแต่นักท่องเที่ยว แต่ผู้วิจัยมีแนวคิดว่า การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ทิศทางในการปรับปรุงและพัฒนาต้องควรคำนึงถึงลักษณะทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมของชุมชน เพราะหากชุมชนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่พอดีกับลักษณะของชุมชนก็จะทำให้สิ่งต่างๆ ที่พัฒนาขึ้นมานั้นเปรียบเสมือนเป็นสิ่งแปลกปลอมที่ตั้งอยู่ในชุมชน เกิดเป็นทัศนียภาพที่ไม่งดงาม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวก็ด้อยคุณค่าลงและสิ้นเปลืองงบประมาณไปโดยไม่คุ้มค่ากับการลงทุนในสิ่งเหล่านั้น นอกเหนือจากนี้แล้วความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ชุมชนควรคำนึงถึง เพราะความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยวของชุมชนหมายถึง จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่ชุมชนจะสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้โดยไม่กระทบกระเทือนระบบนิเวศ สภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งแล้วลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นวัฒนธรรม เพราะหากมีการยอมรับให้มีการถ่ายเทหรือแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างเจ้าของชุมชนกับนักท่องเที่ยวภายนอกชุมชนที่มากเกินความพอดีอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยน แปลงทางวิถีชุมชนแบบดั้งเดิมได้

ส่วนนักท่องเที่ยวเองก็จะต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติไปสู่การเรียนรู้ การรับคุณค่าและการให้เกียรติกับบุคคลและสิ่งแวดล้อมรอบข้างมากกว่าการแสดงออกถึงค่านิยมบริโภคแบบเดิม เช่น การมาท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายซื้อสินค้าเพียงอย่างเดียว ซึ่งรวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการประสานงานการจัดการท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวเอกชน รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ศึกษาวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชน ซึ่งกระบวนการในการพัฒนาชุมชนเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น จะทำให้คนชุมชนได้เรียนรู้วิธีการทำงานร่วมกัน มี

การประนีประนอมกันภายในชุมชนเพื่อหาข้อสรุปร่วมกัน รวมถึงชุมชนจะตระหนักได้ถึงคุณค่าของทรัพยากรที่ชุมชนมีอยู่ เกิดการเรียนรู้ที่จะอนุรักษ์ สงวนรักษาและป้องกันทรัพยากรของชุมชนให้เกิดความเสื่อมถอยได้ช้า ในที่สุดหากชุมชนสามารถรักษาเอกลักษณ์ของตนเองไว้ได้ก็จะทำให้เกิดการก่อรูปเปลี่ยนแปลงที่แต่เดิมเป็นเพียงชุมชนที่ใช้ทรัพยากรเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวให้เป็นชุมชนที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ ได้เรียนรู้และค้นพบทุนของชุมชนที่เป็นทั้งทรัพยากร ความรู้ภูมิปัญญาและทุนทางสังคมวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการลุกขึ้นมาจัดการชีวิตของตนเองได้โดยไม่ต้องรอให้รัฐเข้ามาช่วยเหลือ แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่ารัฐไม่มีความจำเป็นสำหรับชุมชน แต่รัฐจะเป็นผู้เข้ามาช่วยเติมเต็มส่วนที่ขาดไปให้กับชุมชนและนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งจะทำให้ชุมชนสามารถผ่านอุปสรรคต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานไปได้

สรุป

ผลการศึกษาพบว่าชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชันมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนใน 4 ด้าน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัยและความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว แต่ในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกและการมีส่วนร่วมของชุมชนต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาต่อไป โดยอยู่บนพื้นฐานความสามารถของชุมชน และสามารถรักษาสิ่งแวดล้อมและเอกลักษณ์ของชุมชนริมคลองไว้ได้และการพัฒนาของชุมชนในด้านการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานของการพึ่งพาตนเอง การที่ชุมชนจะพัฒนาไปได้ชุมชนจำเป็นต้องรู้จักตนเองเสียก่อน ในด้านการท่องเที่ยวต้องให้ชุมชนได้รู้ว่าตนเองมีทรัพยากรอะไรบ้างที่สามารถก่อประโยชน์ในด้านการท่องเที่ยว สามารถตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่และให้รู้ถึงวิธีในการดำรงรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรนั้นๆ นอกจากนี้แล้วการสร้างโอกาสและประโยชน์ที่แท้จริงให้กับชุมชนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อชุมชนท้องถิ่นมีโอกาสในการเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนจึงเป็นเป้าหมายสำคัญที่ต้องได้รับการส่งเสริมในกระบวนการท่องเที่ยวและจำเป็นต้องปรับทัศนคติและกระบวนทัศน์ที่จะนำไปสู่ความยั่งยืน โดยการฝึกอบรม การศึกษาดูงานและการทดลองปฏิบัติจริง จนกว่าจะสามารถดำเนินธุรกิจชุมชนในรูปแบบการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ มีการรักษาสิ่งแวดล้อม ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับชุมชนริมคลองเขตตลิ่งชัน

1) การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ประสบความสำเร็จได้ต้องจัดในรูปแบบของกิจกรรมชุมชน การบริหารงานต้องมีความโปร่งใส มีกฎเกณฑ์ ระเบียบที่เป็นที่ยอมรับและรับรู้กันโดยทั่ว สามารถตรวจสอบได้ มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารเป็นระยะเพื่อไม่ให้เกิดการผูกขาดอำนาจ

2) พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวทางน้ำให้เหมาะสม โดยส่งเสริมให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของชุมชนหรือพัฒนารูปแบบเฉพาะตัวให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้าย รูปแบบสิ่งก่อสร้างหรือสินค้าและบริการ เพื่อสร้างความแตกต่างกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน

3) ควรหามาตรการที่จะกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้ออกสู่ชุมชนมากที่สุดและควรมีการแบ่งรายได้จากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งจัดเป็นกองทุนกลางไว้สำหรับการพัฒนาชุมชนและการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้คนในชุมชนตื่นตัวในด้านการมีส่วนร่วม

4) การสงวนรักษารูปแบบวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน ควรหาแนวทางที่เหมาะสมกับลักษณะสังคมวัฒนธรรมของชุมชน เพราะลักษณะวิถีชีวิต วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาตามบริบทของสังคมวัฒนธรรมในยุคนั้น ซึ่งการแช่แข็งวัฒนธรรมอาจไม่ใช่วิธีที่ดีในการสงวนรักษา ทั้งนี้วิธีที่จะช่วยชลอความรวดเร็วในการเปลี่ยนแปลงได้อาจใช้วิธีการให้ความรู้ความเข้าใจและสร้างความตระหนักให้เห็นถึงความสำคัญของรากเหง้าดั้งเดิมที่สามารถทำให้ชุมชนสามารถดำรงรักษาเอกลักษณ์เอาไว้ได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาในเรื่องความสามารถในการรองรับการพัฒนา รวมถึงข้อจำกัดของทรัพยากรในพื้นที่ศึกษา ตลอดจนระบุขีดความสามารถของสิ่งแวดล้อมและชุมชนในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตของชุมชนน้อยที่สุด

2) ควรมีการศึกษาแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนเขตตลิ่งชัน ระดับการมีส่วนร่วมที่ควรจะเป็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ วิธีการที่จะสร้างการมีส่วนร่วม รวมถึงการกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึงให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

3) ควรศึกษาเรื่องของการวางแผนพัฒนาชุมชนริมคลอง แนวทางการบริหารจัดการที่เหมาะสม เพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4) ศึกษารูปแบบการท่องเที่ยวกิจกรรมต่างๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่สามารถจัดขึ้นได้โดยอาศัยพื้นฐานการประกอบอาชีพหรือวัฒนธรรมวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

5) ควรศึกษาแนวทางในการอนุรักษ์ป้องกันหรือสงวนรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งในด้านระบบนิเวศวิทยาสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต เพื่อให้ชุมชนสามารถดำรงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ได้ และสามารถรักษาไว้ให้กับอนุชนรุ่นหลังได้

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2538). **นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ปีพ.ศ. 2538-2539.** กรุงเทพมหานคร : อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิสชิ่ง.

นำชัย ทนุผล และคณะ. (2543). **การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนบ้านโป่ง ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ภาคเหนือ.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

เบญจา จันทร. (2545). **แนวทางการพัฒนาตลาดดอนหวายอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม**

ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปิยพร ทาวีกุล. (2544). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาบ้านไหล่หิน ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง.** การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

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

รัฐทิตยา หิรัณยหาด. (2544). **แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาบ้านหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี.**การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

วิมลสิริ เหมทานนท์. (2546). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว : ศึกษากรณีชุมชนย่านบางลำพู.** วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมวิทยามหาบัณฑิต, สาขาวิชาสังคมวิทยา คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สดใส สร่างโศรก และคณะ. (2546). **โครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อหารูปแบบและแนวทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของพ้นที่ป่าดงนาทาม** อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุธัญญา ทองวิชิต. (2545). **ศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาตำบลบางตาเถร อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสพรรณบุรี.** ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อนุรักษ์ ปัญญานุวัฒน์. (2548). **การศึกษาชุมชนเชิงพหุลักษณ์ : บทเรียนจากวิจัยภาคสนาม.** กรุงเทพมหานคร : โครงการเสริมสร้างการเรียนรู้เพื่อชุมชนเป็นสุข.

Cohen, John M. and Uphoff, Norman T. (1977). **Rural Development Participation.** Ithaca, Cornell University.

Greenwood, D. (1982). **"Cultural Authenticity"** Cultural Survival Quarterly. New York : Mc Graw Hill.

Howell, David W.(1993). **Passport: An Introduction to the Travel and Tourism Industry.** (2nd ed.) South Western Publishing Co.

Kelly, Dana. (2001). **Community Participation.** Australia : Rural Industries Research and development Corporation.

McIntosh, Robert W. and Goeldner, Charles R. (1984). **Tourism Principles, Practices, Philosophies**. (5thed.). New York : John Wiley and Sons Inc.

การศึกษากลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในเขตอีสานตอนใต้

A study of pricing strategies in tourism products in the lower northeastern part of Thailand

ปรีชา ปาโนรัมย์ ขัตติยา ชัชวาลพาณิชย์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Preecha Panoram, Khattiya Chatchawanpanich
Buriram Rajabhat University

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อทราบถึงสภาพทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน เพื่อทราบถึงกลยุทธ์ในการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาแนวทางและยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข็มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผู้วิจัยได้คัดเลือกผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อสำรวจข้อมูลในการทำวิจัย 6 ผลิตภัณฑ์ด้วยกัน ได้แก่ 1) โรงแรม 2) โฮมสเตย์ 3) รีสอร์ท 4) บริษัทนำเที่ยว 5) ร้านขายของที่ระลึกและ 6) ร้านอาหาร ใน 6 จังหวัด (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานีและชัยภูมิ) กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจนั้นมีจำนวนทั้งหมด 500 คน

ผลการศึกษา พบว่า สภาพทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ประเภทโรงแรม โฮมสเตย์และรีสอร์ท มีลักษณะราคาที่แตกต่างกัน ส่วนร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและบริษัทนำเที่ยวมีราคาที่ไม่แตกต่างกัน ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตั้งราคานั้น ปัจจัยภายในได้แก่ ต้นทุนการผลิตและภาพลักษณ์ของกิจการ ปัจจัยภายนอกได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์คือ มุ่งรายได้ มุ่งกำไร มุ่งด้านสังคม และมุ่งสร้างภาพลักษณ์ ส่วนการคาดคะเนอุปสงค์ ส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์ทุกประเภทจะไม่ทำการสำรวจอุปสงค์ก่อนที่จะตั้งราคา ด้านความไวของราคาที่มีต่อผู้บริโภค ส่วนมากจะมองตรงกันคือเมื่อตั้งราคาขึ้นมาแล้วราคาจะมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของผู้ซื้อมากที่สุด ด้านกลยุทธ์เชิงราคาของแต่ละผลิตภัณฑ์นั้น ในส่วนของนโยบายการตั้งราคาเจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกใช้ การตั้งราคา ณ ระดับราคาตลาด ด้านการเลือกตั้งราคาแบบราคาเดียวหรือตั้งราคาแบบหลายระดับ ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ดังนี้ คือ ช่วงโปรโมทสินค้าใหม่ ฤดูกาลและเศรษฐกิจ ด้านกลยุทธ์การตั้งราคาตามสายผลิตภัณฑ์นั้น เจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกการตั้งราคาในรูปแบบที่แตกต่างกันด้านขนาด ด้านการตั้งราคาตามแนวภูมิศาสตร์ เจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามเขตหรือการตั้งราคาจากจุดฐานที่กำหนด ด้านการให้ส่วนลดนั้นมีการให้ส่วนลดตามฤดูกาลและส่วนลดทางด้านการค้า การตั้งราคาสำหรับสินค้าใหม่เลือกการตั้งราคาในระดับที่ต่ำกว่าตลาดเพื่อเจาะตลาด ด้านการตั้งราคาสำหรับสินค้าที่เสื่อมความนิยม เลือกใช้การตั้งราคาตามระยะเวลาการใช้งานของผลิตภัณฑ์

หรือสภาพของผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจเลือกราคาขั้นสุดท้าย มักจะเลือกใช้วิธีการตั้งราคาโดยดูทิศทางนโยบายของบริษัทเป็นหลัก

ส่วนแนวทางในการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านนั้น พบว่า เจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการ ดังนี้ 1) สร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในลักษณะของทัวร์ 2) ให้หน่วยงานราชการโดยเฉพาะ ททท.ทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมประสานหลัก 3) ควรมีกองทุนสนับสนุนในการพัฒนาบุคลากรในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทุกระดับชั้น เช่น มีการจัดอบรม ประชุมหรือจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อประชุมวางแผนหรือกำหนดนโยบายต่างๆ 4) ในจังหวัดบุรีรัมย์นั้น ควรมีการเปิดทำการค้ากับประเทศกัมพูชาที่บ้านสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จึงจะสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านได้

Abstract

The objectives of this research were to know the nature of tourism product's price at the present, the pricing strategies of tourism products, the tendency and policy strengthening stably the strong of local tourism management with the neighbor country. The researcher selected 6 tourism products in 6 provinces (Nakonrajsima, Buriram, Surin, Srisaket, Ubonrajtani and Chaiyaphoom) as 1) Hotel 2) Home Stay 3) Resort 4) Tourism Company 5) Souvenir shop 6) Food shop. The sample groups used in this research had 500 persons.

The results of this research were found that in the nature of tourism product's price the products such as Hotel, Home Stay, and Resort had different price nature, but the Souvenir shop, Food shop and Tourism Company had non-different price nature. In the part of the factors influencing to determine the price of tourism products, the internal-factors were cost of production, image of business, the external-factors were the economic situation and the targeted consumers. The objectives of pricing were the income, profit, society, and making of image. For the expectation of demand, the entrepreneurs not mostly explored the demand before pricing. For the affect of price toward to the customer's feeling, the entrepreneurs had mostly same opinion as when the price was determined; the price would be affected more to the customer's expenditure. In the pricing strategy, about the policy of company it was found that the entrepreneurs used the pricing along with the market price. They maybe chose single price or multiple prices depending on the situations as promotion of new goods, season and economic situation. In the strategy of pricing along with the product, they used the pricing of different size. In the strategy of pricing along with the product nature, they used the pricing depending different size of products. For the pricing along with the geography, they used the pricing depending the area or position of product. For the discount, they used the discount along with the season and trade discount. For the new goods, they used lower price than the market. For the depreciation goods, they used the price along with the period of available goods. For the selection of final pricing, they used the pricing intending the policy of company.

For the tendency supporting the tourism with the neighbor country, the entrepreneurs had opinions as 1) it should make the network of tourism with the neighbor country in the model of tour, 2) Thailand Tourism Office should be a main office coordinating with different office both private and public, 3) it should have the fund for developing the personnel in tourism products such as training, meeting etc, 4) In Buriram the government

should open free trade with Cambodia at Saitakoo Village, Amphur Bankruad, because it should cooperate with the neighbor country.

บทนำ

แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยในปัจจุบันควรมีการพัฒนายกระดับเพิ่มศักยภาพของตนเพื่อให้เกิดแรงดึงดูดใจในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวทั่วโลกรวมทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศ การเพิ่มศักยภาพเพื่อเป็นแรงดึงดูดใจในการท่องเที่ยว อาจเพิ่มได้ 3 ด้าน (เทิดชาย ช่วยบำรุง. 2548) กล่าวคือ 1. ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (การจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว การวางแผนจัดการ ภูมิสถาปัตยกรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติที่สวยงามและการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พัฒนาสุนทรีย ศาสตร์ทางการท่องเที่ยว พัฒนาระบบคมนาคมและเส้นทางการท่องเที่ยว พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย พัฒนาระบบฐานข้อมูลและศูนย์รวมของข้อมูลการท่องเที่ยว พัฒนาขีดความสามารถในการรองรับทางการท่องเที่ยว) 2. ด้านการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยว (สร้างมาตรฐานราคาสินค้า พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย, พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว พัฒนารูปแบบการวางแผนการตลาด พัฒนาบุคลากร สนับสนุนการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจเชื่อมโยงระหว่างกัน ออกแบบแพคเกจทัวร์ให้สอดคล้องกับศักยภาพในการท่องเที่ยวของจังหวัด ส่งเสริมให้ ประชาชนในพื้นที่มีจิตวิทยาการบริการ) 3. ด้านยุทธศาสตร์เสริม (ส่งเสริมและประสานให้ภาคประชาชน องค์กรส่วนท้องถิ่นภาคเอกชน เข้ามามีบทบาทในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ปรับปรุงกฎหมายให้เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด)

การศึกษากลยุทธ์ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวถือว่า เป็นยุทธศาสตร์หนึ่งด้านการพัฒนาด้านการตลาดการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) การศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้ เป็นการค้นคว้าที่สำคัญอันจะช่วยให้เจ้าของผลิตภัณฑ์ทราบถึงบทบาทของตนในการกำหนดราคาสินค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ เจ้าของผลิตภัณฑ์จะได้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในเขตต่างๆ ในภาคอีสานตอนล่างของประเทศไทย ผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเจ้าของผลิตภัณฑ์แต่ละคนมีกลยุทธ์และวิธีการในการตั้งราคาเป็นอย่างไร ทั้งนี้จะได้นำกลยุทธ์และวิธีการเหล่านั้นมากำหนดและปรับปรุงแก้ไขในส่วนของผลิตภัณฑ์ของตนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อทราบถึงสภาพทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน

2. เพื่อทราบถึงกลยุทธ์ในการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

3. เพื่อศึกษาแนวทางและยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

วิธีรวบรวมข้อมูล

1. ขั้นตอนการทำวิจัย

1.1 จัดประชุมนักวิจัยเพื่อทำการศึกษาเอกสาร ค้นคว้าประกอบโครงงานวิจัย

1.2 ลงพื้นที่ทำการวิจัยทั้ง 6 จังหวัด

1.3 จัดประชุมสนทนากลุ่มกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

1.4 สร้างแบบสอบถามเชิงสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

1.5 นำแบบสอบถามเพื่อให้นักวิชาการทางการท่องเที่ยวและเศรษฐศาสตร์ทำการตรวจสอบความถูกต้องและทำการทดสอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นลักษณะแบบเลือกตอบจำนวน 50 ชุด

1.6 นำผลจากการทำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้เกิดความสมบูรณ์

1.7 เก็บข้อมูลใน 6 ผลิตภัณฑ์ คือ โรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหารและบริษัทนำเที่ยว โดยลงพื้นที่ใน 6 จังหวัดภาคอีสาน (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ อุบลราชธานีและชัยภูมิ) โดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถามจำนวน 500 ชุด

1.8 นำข้อมูลที่ได้มาบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูล

1.9 จัดประชุมนักวิจัย เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเพื่อตอบคำถามการวิจัยทั้ง 3 ประเด็น

1.10 จัดทำรายงานความก้าวหน้าเพื่อส่งแก่ผู้เชี่ยวชาญวิพากษ์

1.11 แก้ไขงานวิจัยตามผู้เชี่ยวชาญวิพากษ์

1.12 จัดทำงานวิจัยฉบับสมบูรณ์เพื่อจัดส่งแก่ สกว.

2. การสุ่มตัวอย่างและประชากร

คณะผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 สุ่มเลือกแบบเจาะจงเฉพาะ (Purposive Sampling) จากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และกำหนดเป็นโควต้า (Quota Sampling) จำนวน 6 ประเภท ใน 6 จังหวัด คือ โรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท บริษัทนำเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก รวมทั้งหมด 94 แห่ง

2.2 เก็บแบบสอบถามจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็น (Questionnaires) จำนวน 500 ชุด ซึ่งใช้การกำหนดขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane โดยการสุ่มตัวอย่างง่ายๆ (Random Sampling)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบสอบถามเชิงสำรวจ แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 มีข้อคำถามรายข้ออยู่ทั้งหมด 8 ข้อ ได้แก่การสอบถามเรื่อง เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา แผนกงาน ตำแหน่งงานปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อายุการทำงาน

ส่วนที่ 2 เรื่องในธุรกิจของท่านมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกี่ชนิด แต่ละชนิดนั้นมีราคาเท่าไหร่

ส่วนที่ 3 เรื่อง ข้อมูลเกี่ยวกับอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจที่จะวางแผนกลยุทธ์ด้านราคา โดยมีคำถามรายข้อใหญ่ๆ ทั้งหมด 4 คำถาม ได้แก่ 1. ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตั้งราคา 2. วัตถุประสงค์ในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว 3. การคาดคะเนอุปสงค์ 4. ความไวของราคาที่ลูกค้ามีต่อสินค้าเป็นอย่างไร

ส่วนที่ 4 เรื่องข้อมูลเกี่ยวกับ กลยุทธ์ด้านราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยมีคำถามรายข้อใหญ่ๆ ทั้งหมด 7 ข้อ ได้แก่ 1. ท่านเลือกใช้นโยบายการตั้งราคาแบบใด 2. ท่านเลือกใช้นโยบายราคาเดียวหรือหลายราคา 3. ท่านเลือกใช้การตั้งราคาสำหรับส่วนประสมผลิตภัณฑ์แบบใด 4. ท่านใช้นโยบายการให้ส่วนลดและส่วนยอมให้แบบใด 5. การตั้งราคาสำหรับสินค้าใหม่ 6. การตั้งราคาสำหรับสินค้าที่เสื่อมความนิยม 7. การตัดสินใจเลือกราคาขั้นสุดท้าย

3.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

เป็นแบบที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมา โดยมีการสอบถามเรื่องข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับประวัติ

ความเป็นมาของกิจการ โดยส่วนตัวแล้วมีแนวคิดอย่างไรในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและถ้าจะมีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านจะพัฒนาอย่างไรจึงจะให้ประสบความสำเร็จ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรม SPSS ในการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าความแปรปรวน แล้ววิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) และเขียนรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การเขียนเชิงพรรณนา เพื่อให้เห็นภาพรวมและกลยุทธ์การตั้งราคา

4.2 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมกันนี้ได้มีการประชุมและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันระหว่างนักวิชาการนักท่องเที่ยว เศรษฐศาสตร์การตลาด แล้วสังเคราะห์ขึ้นเป็นกลยุทธ์เชิงราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ผลการศึกษา

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 สภาพทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

ผลการศึกษาพบว่า สภาพทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทโรงแรม โฮมสเตย์และรีสอร์ท ทั้งหมดนี้ จะมีลักษณะทางด้านราคาที่มีความแตกต่างกัน โดยที่ โรงแรมที่มีราคาแพงที่สุดคือโรงแรมสักภูเดือนในจังหวัดนครราชสีมา กล่าวคือมีราคาอยู่ที่ 7,500 บาทต่อห้องต่อคืน (ห้อง Royal Suit) รองลงมาคือ โรงแรมลายไทยในจังหวัดอุบลราชธานี มีราคาต่อห้องต่อคืน คือ 3,000 บาท (ห้อง Juror Street) และที่มีราคาถูกที่สุดคือ โรงแรมสันติสุขจังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งมีราคาเพียง 100 บาทต่อคืนต่อห้อง โฮมสเตย์ที่มีราคาแพงที่สุดคือ โฮมสเตย์บ้านปราสาทจังหวัดนครราชสีมา คือมีราคาหลังละ 300 บาทต่อคืน รองลงมาคือโฮมสเตย์บ้านวังอ้อและบ้านลาดสมฤดี มีราคาหลังละ 200 บาทต่อคืน และที่มีราคาถูกที่สุดหรือให้จ่ายตามกำลังศรัทธาหรือไม่จ่ายเลยก็ได้คือ โฮมสเตย์ของศรีสะอโศกจังหวัดศรีสะเกษ รีสอร์ทที่มีราคาแพงที่สุดคือ ศิริมายา กอล์ฟ รีสอร์ท แอนด์ สปา ของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีราคาถึง 33,000 บาทต่อคืนต่อห้อง (ห้อง Tented Villa) และที่มีราคาถูกที่สุดคือ บ้านเสาะรีสอร์ทจังหวัดบุรีรัมย์ซึ่งมีราคาต่อคืนต่อห้องคือ 500 บาท บริษัททัวร์ที่จัดไปเที่ยวนั้นขึ้นอยู่กับเพ็กเก็จทัวร์ว่าจะไปเที่ยวที่ไหน แต่ส่วนใหญ่บริษัททัวร์ในเขตภาคอีสานที่จัดไปเที่ยวนั้นจะจัดไปเฉพาะสถานที่ใกล้ๆ เช่น ภายในประเทศ หรือหากเป็นต่างประเทศไกลที่สุดก็คือที่ ปักกิ่งและฮ่องกง ส่วนหากไปยุโรปก็จะติดต่อทัวร์ที่กรุงเทพฯให้ ซึ่งเพ็จเก็จทัวร์ที่ไปปักกิ่งนั้นมีค่าใช้จ่ายคือ 19,500 บาทต่อคน ฮ่องกงมีค่าใช้จ่าย 18,500 บาทต่อคน ส่วนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภท ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ในเขตภาคอีสานตอนใต้นั้น จะมีลักษณะราคาที่เหมือนๆ กัน

คำถามการวิจัยประเด็นที่ 2 กลยุทธ์ทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

ผลการศึกษา พบว่า ในคำถามข้อนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นของการศึกษาเอาไว้ 2 รูปแบบ ***รูปแบบที่ 1 ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา ปัจจัยภายใน*** ได้แก่ ต้นทุนการผลิตและภาพลักษณ์ของกิจการ ***ปัจจัยภายนอก*** ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจ และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ***วัตถุประสงค์ในการตั้งราคาที่เจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกมากที่สุดก็คือ*** มุ่งรายได้ มุ่งกำไร มุ่งด้านสังคมและมุ่งสร้างภาพลักษณ์ การคาดคะเนอุปสงค์นั้น ส่วนใหญ่

จะไม่ค่อยเลือกเพราะมีหลายผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ทำการสำรวจอุปสงค์ก่อนที่จะตั้งราคา ***ส่วนความไวของราคาที่มีต่อผู้บริโภคนั้น*** ส่วนมากจะมองตรงกันทั้งหมดคือ เมื่อตั้งราคาขึ้นมาแล้วราคาสินค้าที่ตั้งนั้นจะมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของผู้ซื้อมากที่สุด ***รูปแบบที่ 2 กลยุทธ์เชิงราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว*** ส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะเลือกใช้กลยุทธ์ราคาโดยมีรายละเอียดดังนี้ ***ด้านนโยบายการตั้งราคานั้น*** เลือกใช้การตั้งราคา ณ ระดับราคาตลาด ***ในด้านการเลือกตั้งราคาแบบราคาเดียวหรือตั้งราคาแบบหลายระดับ*** โดยส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะเลือกตั้งราคาทั้งสองรูปแบบ ***ในด้านกลยุทธ์การตั้งราคาตามสายผลิตภัณฑ์นั้น*** โดยส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกใช้การตั้งราคาที่แตกต่างกันด้านขนาด ***ในด้านการตั้งราคาตามแนวภูมิศาสตร์*** โดยส่วนใหญ่กลยุทธ์ที่ใช้ในการตั้งราคาที่เจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกใช้จะมีหลายประเภทได้แก่ การตั้งราคาตามเขต การตั้งราคาจากจุดฐานที่กำหนด ***ในด้านการให้ส่วนลดนั้น*** มีการให้ส่วนลดตามฤดูกาลและส่วนลดทางด้านการค้ามากที่สุด ***ส่วนการตั้งราคาสำหรับสินค้าใหม่*** โดยส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์มักจะเลือกการตั้งราคาในระดับที่ต่ำกว่าตลาดเพื่อเจาะตลาด ***ในด้านการตั้งราคาสำหรับสินค้าที่เสื่อมความนิยม*** โดยส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะเลือกการตั้งราคาตามระยะเวลาการใช้งานของผลิตภัณฑ์หรือสภาพของผลิตภัณฑ์ ***ส่วนการตัดสินใจเลือกราคาขั้นสุดท้าย*** โดยส่วนใหญ่กลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์จะเลือกใช้วิธีการตั้งราคาโดยดูทิศทางนโยบายของบริษัทเป็นหลัก

คำถามวิจัยประเด็นที่ 3 แนวทางและยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข็มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านเป็นอย่างไร

ผลการศึกษา พบว่า เจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใน 6 ประเภท มีความเห็นหลากหลายความคิดซึ่งผู้วิจัยได้สังเคราะห์ไว้ดังต่อไปนี้

3.1 ควรมีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในลักษณะของทัวร์ โดยให้มีขั้นตอนและกิจกรรมที่จะดำเนินการดังนี้คือ

3.1.1 หน่วยงานรัฐ เป็นผู้ทำหน้าที่ในการจัดประชุมบริษัททัวร์ในเขตพื้นที่อีสานตอนใต้

3.1.2 รับฟังข้อคิดเห็นจากบริษัททัวร์แต่ละบริษัท

3.1.3 ให้แต่ละบริษัทเลือกประธานเครือข่ายและตั้งศูนย์เครือข่าย ณ ที่ที่ติดต่อสะดวก พร้อมกับจัดตั้งแผนกทำงานแผนกต่างๆ รวมทั้งวางแผนบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่าย

3.1.4 พยายามให้เครือข่ายมีกิจกรรมร่วมกันสม่ำเสมอ

3.1.5 จัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนการทำงาน

3.2 ให้หน่วยงานราชการโดยเฉพาะ ททท.ทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมประสานหลักระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน โดยควรมีขั้นตอนและกิจกรรมที่จะดำเนินการดังนี้คือ

3.2.1 ททท.ทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมประสานหลักระหว่าง ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

3.2.2 ให้ ททท. เป็นผู้จัดประชุมหน่วยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่ โดยแบ่งเป็นเขตและมีหัวหน้าเขตเป็นผู้ติดต่อเชื่อมประสาน

3.3 ควรมีกองทุนสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น ทุนการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ โดยให้มีขั้นตอนและกิจกรรมที่จะดำเนินการดังนี้คือ

3.3.1 หน่วยงานรัฐ ควรเป็นผู้เชื่อมประสานหลักเพื่อจัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยรวบรวมทุนจากเจ้าของผลิตภัณฑ์ตามความสมัครใจ

3.3.2 ควรมีกองทุนจัดฝึกอบรมเจ้าของผลิตภัณฑ์หรือตัวแทนในแต่ละผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน

3.3.3 โฮมสเตย์นั้นมีปัญหาทางสังคมที่ตามมามาก หากหมู่บ้านใดมีการจัดตั้งโฮมสเตย์ ควรมีการฝึกอบรมโดยเข้าถึงหมู่บ้านเพื่อให้ความรู้แก่ชาวบ้าน

3.4 ในจังหวัดบุรีรัมย์นั้น ควรมีการเปิดทำการค้ากับประเทศกัมพูชา ที่บ้านสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จึงจะสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านได้ โดยให้มีขั้นตอนและกิจกรรมที่จะดำเนินการดังนี้คือ

3.4.1 เปิดเส้นทางผ่านเชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชา

3.4.2 เปิดทำการค้าชายแดน

3.4.3 เชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่ง

3.4.4 จัดประชุมเจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวภายในเขตพื้นที่เพื่อสร้างบรรยากาศ การท่องเที่ยวในเขตภูมิภาค

จัดตั้งหน่วยงานหลักทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมประสาน โดยมีเจ้าของผลิตภัณฑ์เป็นตัวแทน

อภิปรายผล

คำถามเกี่ยวกับการวิจัยข้อที่ 1 สภาพทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร พบว่า สภาพทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวจะแตกต่างกันก็ตรงสถานที่ กล่าวคือ หากสถานที่แห่งนั้นเป็นเมืองทางเศรษฐกิจจะทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีราคาค่อนข้างสูงกว่าเมืองที่ไม่ใช่เมืองทางเศรษฐกิจ คำว่าเมืองทางเศรษฐกิจหมายถึง เมืองที่มีอุตสาหกรรม มีตลาด มีประชากรจำนวนมาก มีร้านค้าหลายแห่ง เป็นต้น เมืองเศรษฐกิจเหล่านี้ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดอุบลราชธานี โดยที่ทั้งสองเมืองค่อนข้างจะมีราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวบางชนิดสูง เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ แต่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวชนิดอื่นจะมีราคาที่เหมือนๆ กัน กล่าวคือ ผ้าไหม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ดังที่ได้แสดงเอาไว้แล้วซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเกษราภรณ์ คำชุมและคณะ (2543 : ทัศนคติของประชาชนต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง) ผลการศึกษา พบว่า เมืองที่มีสถานภาพทางเศรษฐกิจดีจะมีผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีราคาสูง

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 กลยุทธ์ทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างไร

ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ปัจจัยภายในได้แก่ ต้นทุนการผลิตและภาพลักษณ์ของกิจการ ปัจจัยภายนอกได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะว่า ต้นทุนการผลิตเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ทุกประเภทจะขึ้นอยู่กับต้นทุนการผลิตเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนภวรรณ คณานุรักษ์ (2546 : ทฤษฎีนโยบายผลิตภัณฑ์และราคา) โดยอธิบายว่า การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ต้องนำต้นทุนการผลิตมาคิดคำนวณ

ส่วนภาพลักษณ์ของกิจการนั้น ถือว่าทุกผลิตภัณฑ์จะต้องให้ความสำคัญเพราะภาพลักษณ์เป็นเครื่องแสดงถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องอาศัยเรื่องของการบริการเป็นหลัก หากบริการดีก็สามารถดึงดูดลูกค้าให้มาเที่ยวอีก ดังนั้นก่อนตั้งราคาจะ

คำนึงถึงภาพลักษณ์ของกิจการก่อนว่า ราคาเท่านี้มีความเหมาะสมหรือไม่

ส่วนปัจจัยภายนอกที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะว่า ภาวะเศรษฐกิจ เป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เพราะจะสังเกตเห็นว่า หากเศรษฐกิจอยู่ในสภาวะที่ดี จะมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเป็นจำนวนมากและในทางตรงกันข้ามหากสภาวะเศรษฐกิจไม่ดีจะมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมน้อย ซึ่งการแก้ไข ณ จุดนี้เป็นหน้าที่ของรัฐบาล ดังนั้นการตั้งราคาเมื่อคำนึงถึงภาวะเศรษฐกิจ จึงต้องวิเคราะห์ก่อนว่าราคาเท่าใดจึงจะมีความเหมาะสมต่อสภาพเศรษฐกิจที่เป็นแบบนี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุดาดวง เรืองรุจิระ (2538 : นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา) เกี่ยวกับเรื่อง การตั้งราคาควรคำนึงถึงสภาพทางด้านเศรษฐกิจ

ส่วนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายนั้น ที่ผลวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะว่า เจ้าของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ก่อนที่จะตั้งราคาจะดูไปที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย หากมีลูกค้าที่เป็นชาวต่างประเทศหรือที่อยู่ที่กรุงเทพฯ มาพักจำนวนมากก็มักจะตั้งราคาในระดับสูงและจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้ได้คุณภาพเป็นที่ยอมรับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุดาดวง เรืองรุจิระ (2538 : นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา) เกี่ยวกับเรื่อง การตั้งราคาตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยอธิบายว่า ราคาที่ตั้งนั้นควรมองไปที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นหลัก

ด้านวัตถุประสงค์ในการตั้งราคาที่เจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกมากที่สุดก็คือ มุ่งรายได้ มุ่งกำไร มุ่งด้านสังคมและมุ่งสร้างภาพลักษณ์ตามลำดับ ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เพราะว่าทุกผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวหรือไม่ก็ตาม วัตถุประสงค์ในการตั้งราคานั้นจะมองไปที่ รายได้และผลกำไรของบริษัทก่อนเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับวันรักษ์ มิ่งมณีนาคิณ. (2535 : หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค) โดยอธิบายไว้ว่า หลักการผลิตสินค้าทางเศรษฐศาสตร์นั้น ต้องผลิตเพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำที่สุดและมีผลกำไรที่สูงสุด

ด้านการคาดคะเนอุปสงค์นั้นส่วนใหญ่จะไม่ค่อยเลือกเพราะมีหลายผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้ทำการสำรวจอุปสงค์ก่อนที่จะดำเนินกิจการ ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะว่า เจ้าของผลิตภัณฑ์หลายคนก่อนที่จะตั้งราคาสินค้า มักจะดูผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันซึ่งตั้งอยู่ใกล้ๆ แล้วก็มีการตั้งราคาที่คล้ายๆ กัน

ด้านความไวของราคาที่มีต่อผู้บริโภคนั้นส่วนมากจะมองตรงกันทั้งหมดคือ เมื่อตั้งราคาขึ้นมาแล้วราคาสินค้าที่ตั้งนั้นจะมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของผู้ซื้อมากที่สุด ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะผู้บริโภคเองก่อนที่จะตัดสินใจที่จะซื้อสินค้ามักคำนึงถึงปริมาณเงินที่มีอยู่ก่อน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของภาวดี สุรโกมล (2534 : นโยบายราคาและผลิตภัณฑ์) โดยอธิบายไว้ในหัวข้อ ความไวของราคาที่มีต่อผู้บริโภคว่า ผู้บริโภคก่อนจะตัดสินใจซื้อมักจะคำนึงหรือกังวลถึงค่าจ่ายของตนเองก่อน

ในส่วนของกลยุทธ์ด้านราคาของแต่ละผลิตภัณฑ์ ด้านนโยบายการตั้งราคานั้นเจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกใช้ การตั้งราคา ณ ระดับราคาตลาดที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เพราะจะเกิดประโยชน์มากต่อเจ้าของผลิตภัณฑ์ และส่วนที่ทำให้เกิดความแตกต่างในการเลือกใช้บริการของลูกค้าก็ ได้แก่ การให้บริการ หากมีบริการดีลูกค้าสามารถเปรียบเทียบได้ว่า ราคาของผลิตภัณฑ์เหมือนกันแต่การบริการดีเยี่ยมดังนั้นจึงเป็นสาเหตุที่จะให้ลูกค้าเลือกบริโภคและก็มีส่วนน้อยที่เลือกการตั้งราคาที่ต่ำกว่าราคาตลาด

ด้านการเลือกตั้งราคาแบบราคาเดียวหรือตั้งราคาแบบหลายระดับ โดยส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะเลือกตั้งราคาทั้งสองแบบ ที่ผลการ

วิจัยเป็นเช่นนี้เพราะขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ดังนี้คือ ช่วงโปรโมทสินค้าใหม่ ฤดูกาล เศรษฐกิจ

ด้านการกลยุทธ์การตั้งราคาตามสายผลิตภัณฑ์นั้น โดยส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะเลือก การตั้งราคาที่แตกต่างกันด้านขนาด ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เพราะ ขนาดของผลิตภัณฑ์จะบ่งบอกถึงราคา กล่าวคือ หากเป็นโรงแรมขนาดเล็กราคาอีกราคาหนึ่ง โรงแรมขนาดใหญ่ก็อีกราคาหนึ่ง หากสินค้าอาหารก็จานเล็ก จานใหญ่ หากเป็นบริษัทนำเที่ยวก็ไปไกลไปใกล้ หากเป็นร้านขายของที่ระลึกสินค้ามีขนาดเล็กก็อีกราคาหนึ่ง ขนาดใหญ่ก็ราคาหนึ่ง เพราะผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทเมื่อมีขนาดใหญ่ก็ย่อมจะต้องมีการลงทุนที่สูงกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของระสิกา สมรภูมิพิชิต. (2546 : ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง เคลย์ เดอ โป โบเต้ ในเขตกรุงเทพมหานคร) ผลการวิจัย พบว่า สินค้าที่มีปริมาณสุทธิมากจะมีราคาสูง ส่วนสินค้าที่มีปริมาณสุทธิน้อยจะมีราคาต่ำ

ด้านการตั้งราคาตามแนวภูมิศาสตร์ โดยส่วนใหญ่กลยุทธ์ที่ใช้ในการตั้งราคาที่เจ้าของผลิตภัณฑ์เลือกใช้จะมีหลายประเภทได้แก่ การตั้งราคาตามเขตและการตั้งราคาจากจุดฐานที่กำหนด ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้สาเหตุอาจเป็นเพราะการตั้งราคาตามเขตและการตั้งราคาจากจุดฐานนั้นมีข้อได้เปรียบคือ ตามเขตเป็นการตั้งราคาโดยมองทิศทางราคาของคู่แข่งขัน สถานที่ตั้งของผลิตภัณฑ์ว่าตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจหรือไม่ ส่วนการตั้งราคาจากจุดฐานนั้นคือมองเห็นถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นก่อนที่จะบวกกำไรเข้าไปและทำให้ทราบว่า จะมีกำไรที่เกิดขึ้นจากผลิตภัณฑ์นั้นคิดเป็นมูลค่าเท่าใด

ด้านการให้ส่วนลดนั้นเจ้าของผลิตภัณฑ์มองว่า มีการให้ส่วนลดตามฤดูกาล และส่วนลดทางด้านการค้ามากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้เพราะบางฤดูกาลมีคนมาพักมาก บางฤดูกาลมาพักน้อยหรือช่วงซัมเมอร์เป็นช่วงพักผ่อนหย่อนใจดังนั้นอาจจะมีการตั้งราคาหรือให้ส่วนลดที่ดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยวแก่ผู้บริโภค

ด้านการตั้งราคาสำหรับสินค้าใหม่ โดยส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์มักจะเลือกการตั้งราคาในระดับที่ต่ำกว่าตลาดเพื่อเจาะตลาด ที่เป็นเช่นนี้เพราะการตั้งราคาที่ต่ำกว่าตลาดนั้นถึงแม้ว่าจะมีกำไรที่น้อยก็จริง แต่หากมีลูกค้ามาพักเป็นจำนวนมากประโยชน์จะเกิดขึ้นแก่เจ้าของผลิตภัณฑ์โดยตรง เพราะเมื่อมีลูกค้ามาพักจากหนึ่งคน ในหนึ่งคนนั้นอาจมีญาติที่รู้จักเป็นจำนวนมากและสามารถบอกต่อๆ กันได้อีกเป็นร้อยๆ คน

ด้านการตั้งราคาสำหรับสินค้าที่เสื่อมความนิยม โดยส่วนใหญ่เจ้าของผลิตภัณฑ์จะเลือกการตั้งราคาตามระยะเวลาการใช้งานของผลิตภัณฑ์หรือสภาพของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เป็นเพราะการตั้งราคาในรูปแบบนี้เป็นการตั้งราคาเพื่อให้สินค้านั้นได้จำหน่ายออกไปและช่วยให้เจ้าของการผลิตมีรายได้จากสินค้าที่เสื่อมความนิยม

ด้านการตัดสินใจเลือกราคาขั้นสุดท้าย โดยส่วนใหญ่กลุ่มเจ้าของผลิตภัณฑ์จะเลือกใช้วิธีการตั้งราคาโดยดูทิศทางนโยบายของบริษัทเป็นหลัก ซึ่งทั้งนี้จะดูว่า ตั้งราคาเพื่อให้ได้กำไรเพื่อให้ยอดจำหน่าย มุ่งสร้างภาพลักษณ์ มุ่งด้านสังคม เป็นต้น เพราะหากมุ่งในด้านใดด้านหนึ่ง เจ้าของผลิตภัณฑ์ก็จะตั้งราคาตามเป้าหมายนั้น

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางในการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านนั้น ผลการวิจัยพบว่า เจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใน 6 ประเภท โดยส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นที่ตรงกัน โดยมีความเห็นว่า หากจะให้การท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงกับต่างประเทศ ควรมีมาตรการ

และแผนงานดังนี้คือ 1) สร้างเครือข่ายการ-ท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านในลักษณะของทัวร์ 2) ให้หน่วยงานราชการโดยเฉพาะ ททท. ทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมประสานหลัก 3) ควรมีกองทุนสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่นการอบรมประชุมหรือจัดตั้งชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อประชุมวางแผนหรือนโยบายต่างๆ 4) ในจังหวัดบุรีรัมย์นั้น ควรมีการเปิดทำการค้ากับประเทศกัมพูชา ที่บ้านสายตะกู ตำบลสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จึงจะสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านได้

ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เพราะเท่าที่ผ่านมามาตรการการพัฒนาท่องเที่ยวภายในประเทศไทยมุ่งพัฒนาในรูปแบบกว้างๆหรือแบบมหภาค โดยยังไม่เจาะลึกถึงระดับจุลภาคและลงรายละเอียดสู่การปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรูปแบบการสร้างเครือข่ายภาคีที่เป็นรูปธรรมเพื่อที่จะทำให้การท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านเกิดการเชื่อมโยงกันอย่างแท้จริง ซึ่งเท่าที่ผ่านมาการมาเที่ยวที่ประเทศไทยและการไปเที่ยวที่ต่างประเทศบริษัทเอกชนมักจะจัดกันเอง ซึ่งจะเป็นลักษณะต่างคนต่างจัด ดังนั้นเมื่อมีการสอบถามประเด็นความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องนี้เจ้าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใน 6 ผลิตภัณฑ์จึงได้เสนอแนวทางดังกล่าวไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. เกี่ยวกับเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการตั้งราคานั้น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใน 6 ประเภทอันได้แก่ โรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร และบริษัทนำเที่ยว เท่าที่ทำวิจัยมา ปรากฏว่าเจ้าของผลิตภัณฑ์ทุกคนก่อนที่จะตั้งราคามักจะไม่มีการสำรวจความต้องการของอุปสงค์ความคิดเห็นของพนักงานขายและผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งหากเป็นเช่นนี้ ราคาสินค้าที่ตั้งขึ้นมาอาจจะเป็นราคาที่ไม่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าก็เป็นได้ ดังนั้น ควรมีการสำรวจความคิดเห็นจากพนักงานขายหรือผู้เชี่ยวชาญก่อน

2. เกี่ยวกับเรื่องกลยุทธ์ทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใน 6 ประเภท เท่าที่ทำวิจัยมาปรากฏว่า แต่ละผลิตภัณฑ์อาจมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกันด้านต่างๆ แต่มีกลยุทธ์หนึ่งที่แต่ละผลิตภัณฑ์มักจะมองข้ามและไม่ถือว่าเป็นเรื่องสำคัญมากนัก นั่นคือ เรื่องคุณภาพการบริการ เพราะเท่าที่ผ่านมา การบริการของเจ้าของผลิตภัณฑ์แต่ละแห่งมักจะมีข้อบกพร่อง ซึ่งทำให้ลูกค้าเกิดความอึดอัดและไม่อยากมาบริการ เช่น มีช่วงการรอรับบริการที่นานเกินไป หน้าตาไม่ยิ้มแย้ม ไม่ค่อยอยากสนทนากับลูกค้า เป็นต้น ดังนั้น สิ่งที่ควรเพิ่มมากที่สุดก็คือ เรื่อง คุณภาพการบริการ

ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

1. กลยุทธ์ทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

1.1 ควรมีการพัฒนาหรือส่งเสริมการเพิ่มกลยุทธ์ทางด้านราคา เช่น วิธีคำนวณต้นทุนและผลกำไรของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ วิธีการสร้างภาพลักษณ์ของกิจการ คุณภาพการบริการ

1.2 ควรมีการกำหนดและสร้างระดับราคาที่เหมาะสมของแต่ละผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด เพื่อใช้เป็นมาตรฐานในการกำหนดราคาหรืออาจมีการกำหนดว่า หากผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมาตรฐานในลักษณะแบบนี้ ควรมีระดับราคาเท่าใด

1.3 ควรมีการนำผลการวิจัยนี้ เผยแพร่ให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติต่อเจ้าของผลิตภัณฑ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2. แนวทางและยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข็มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

2.1 ควรมีการพัฒนาหรือส่งเสริมให้ภาครัฐและภาคเอกชนมีทักษะในการพัฒนาและมีประสิทธิภาพด้านการปฏิบัติการทางด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนหรือการนำไปสู่การปฏิบัติให้บังเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมและต่อเนื่อง

2.2 ควรมีการส่งเสริมอย่างแท้จริงต่อภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเจ้าของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแต่ละผลิตภัณฑ์ เพราะเป็นผู้ที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวมากที่สุด เพราะการพัฒนาการท่องเที่ยวที่บังเกิดผลดีนั้น ควรจะต้องมีการประสานงานกับเจ้าของผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์

2.3 ควรมีการสร้างแผนที่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเขตต่างๆ กล่าวคือ การสร้างเพ็กเก็จการท่องเที่ยวเชิงแผนที่ เช่น หากไปที่จังหวัดบุรีรัมย์ไปเที่ยวพนมรุ้งแล้ว จะมีที่พักที่ไหนบ้าง ร้านอาหารที่ไหน ร้านขายของที่ระลึกที่ไหน และหากติดต่อไปเที่ยวภายในจังหวัดบุรีรัมย์ควรติดต่อบริษัทนำเที่ยวอะไร เป็นต้น โดยวาดให้เป็นแผนที่ที่สมบูรณ์แบบในแต่ละจังหวัดและแต่ละเขต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลของการศึกษาในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้มองเห็นภาพเพื่อที่จะทำการศึกษาเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรมีการศึกษาโดยสอบถามนักท่องเที่ยวว่า มีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใดกับระดับราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เจ้าของผลิตภัณฑ์ได้กำหนดเอาไว้และราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตควรอยู่ในระดับราคาเท่าใด

2. ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบการตั้งราคาที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในแต่ละผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึง ต้นทุนผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยว เศรษฐกิจภายในจังหวัด เป็นต้นและนำเสนอรูปแบบการตั้งราคาที่เหมาะสมในแต่ละผลิตภัณฑ์ในแต่ละเขตแก่เจ้าของผลิตภัณฑ์

3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกลยุทธ์ทางด้านราคาของแต่ละผลิตภัณฑ์ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไรและทำไมจึงมีกลยุทธ์ทางด้านราคาต่างกันและการใช้กลยุทธ์ในแต่ละรูปแบบมีประโยชน์และมีความสำคัญอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

4. ควรมีการศึกษาถึง ปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขในการดำเนินการของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมทั้งความคุ้มทุนของการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

เกษราภรณ์ คำชุมและคณะ. (2543). **ทัศนคติของประชาชนต่อสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง** คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยโยนก,ลำปาง

นภวรรณ คณานุรักษ์. (2546). **นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา.** บริษัท ซีวีแอล การพิมพ์จำกัด, กรุงเทพมหานคร

สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2538). **นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา.** ห้างหุ้นส่วนจำกัด สำนักพิมพ์ประกายพรึก, กรุงเทพมหานคร

สุภาพร พิศาลบุตร. (2543). **หลักการวางแผน.** , กรุงเทพฯ

พรรณพิมล ก้านกนก. (2532). **นโยบายและการบริหารการตลาด.** มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ภาวดี สุรโกมล. (2534). **นโยบายราคาและผลิตภัณฑ์.** คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2534). **กลยุทธ์การตลาด.** สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา, กรุงเทพฯ

ระสิกา สมรภูมิพิชิต. (2546). **ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเคลย์ เดอ โป โบเต้ ในเขตกรุงเทพมหานคร.** สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิณ. (2535). **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค.** พิมพ์ครั้งที่ 4 : โรงพิมพ์ไทยวัฒนพาณิชจำกัด, กรุงเทพมหานคร

ธวัชชัย ลานุชและคณะ. (2543). งานวิจัยเรื่อง **ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากการเปิดท้ายรถขายของ ในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่.** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต : สาขาวิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยโยนก จังหวัดลำปาง

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2548). **จุดยืนผลิตภัณฑ์และแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามันสู่ความยั่งยืน.** เอกสารประกอบการบรรยาย

สุทัศน์ ไกรวงศ์และคณะ. (2540). งานวิจัยเรื่อง **รูปแบบการท่องเที่ยวภายใน ประเทศเพื่อเป็นรางวัลและ/หรือสวัสดิการแก่พนักงานของธุรกิจภาคเอกชน** โครงการวิจัยสำหรับนักศึกษาปริญญาโทสำหรับผู้บริหาร คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ศุภางค์ศรี อำสุดใจ. (2546). **กลยุทธ์การตลาด**, โรงพิมพ์เพิ่มทรัพย์การพิมพ์, กรุงเทพฯ

การท่องเที่ยวในประเทศไทย, ข้อมูลสืบค้นที่ http://www.tourthai.com/ เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2549

จังหวัดนครราชสีมา, ข้อมูลสืบค้นที่ http://www.Korat.com เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2549

จังหวัดบุรีรัมย์, ข้อมูลสืบค้นที่ http://www.buriram.com เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2549

การศึกษาแนวทางการจัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้

A Study Guideline for Marketing Management of Small and Micro Community Enterprise in Order to Promote Tourism in Lower North East Thailand

อัจฉรา หลาวทอง
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Atchara Laotong
Buriram Rajabhat University

บทคัดย่อ

การศึกษาการจัดการทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ศักยภาพและปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในเขตอีสานใต้ที่สามารถดำเนินการในรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยว 2) แนวทางการจัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ 3) แนวทางและยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มประชากรที่ศึกษาแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตอีสานใต้ จำนวน 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ด้วยวิธีการสุ่มโดยไม่ใช้หลักการความน่าจะเป็น แบบวิธีเจาะจงและแบบโควตา ซึ่งมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความสำเร็จในการดำเนินงานในระดับที่ยอมรับได้จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมพัฒนาชุมชน จำนวน 23 กลุ่ม โดยแบ่งตามประเภทที่ให้บริการทางการท่องเที่ยว 5 ประเภท ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศ หัตถกรรม เกษตรกรรมและสุขภาพ 2) นักท่องเที่ยวที่รับบริการทางการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้วยวิธีการสุ่มโดยใช้หลักการความน่าจะเป็น แบบวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย และใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตาราง Taro Yamane, 1973 ซึ่งสามารถได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนละประมาณ 15-20 ราย โดยรวมทั้งสิ้น 400 ราย 3) ตัวแทนหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในเขตอีสานใต้ ประมาณ 20-25 คน โดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างในลักษณะการสัมภาษณ์รายบุคคลและการสนทนากลุ่ม 2) จัดเวทีประชุมย่อย 3) แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพแบบพรรณนา สรุปคำสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มและสรุปรายงานการประชุมกลุ่มย่อยและวิเคราะห์เชิงปริมาณแบบสถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาการแจกแจงความถี่และร้อยละ ค่ากลางของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย) การกระจายตัว (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)

จากผลการศึกษา พบว่า การศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ด้านสิ่งดึงดูดใจและจุดขายด้านการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การขายแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) เที่ยวชม ศึกษาโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีวัฒนธรรมวิถีชีวิต

3) ภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมพื้นบ้านและเลือกซื้อหา จับจ่ายผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกพื้นบ้าน เป็นต้น ส่วนศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การให้บริการอาหาร 2) สถานที่พักผ่อนพักแรม ห้องน้ำห้องสุขา 3) การต้อนรับและนำเที่ยว และศักยภาพด้านการเข้าถึงทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์จากสื่อและเครือข่ายภาคีต่างๆ 2) ป้ายบอกทาง 3) ช่องทางการซื้อบริการ 4) เส้นทางการคมนาคมขนส่งโดยสาร 5) ระบบโทรคมนาคมและข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) ความสมบูรณ์และความสามารถของทรัพยากรและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพของพื้นที่และทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวและวิสาหกิจชุมชน 3) ความเข้มแข็ง ความสามารถพึ่งตนเองและความร่วมมือของชุมชน 4) การสร้างรายได้และผลประโยชน์ตอบแทน 5) งบประมาณการลงทุนและการสนับสนุนของภาครัฐ เป็นต้น

ผลการศึกษาแนวทางการจัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ พบว่า วิสาหกิจชุมชนต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด โดยวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด จากจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคเพื่อหาศักยภาพทางการท่องเที่ยว ซึ่งควรต้องทำการวิจัยและการเลือกตลาดที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของชุมชน ส่วนการวางแผนการตลาดโดยการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการวางแผนโปรแกรมการตลาดด้วยส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้หลักการทางการตลาด 9 P's ซึ่งแบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 การจัดการผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (The Management in Product and Packaging of Tourism) ด้านที่ 2 การจัดการราคาทางการท่องเที่ยว (The Management in Price of Tourism) ด้านที่ 3 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (The Management in Place of Tourism) ด้านที่ 4 การจัดการส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว (The Management in Promotion of Tourism) ด้านที่ 5 การจัดการการส่งเสริมกระบวนการซื้อทางการท่องเที่ยว (The Management in Purchasing Process of Tourism) ด้านที่ 6 การจัดการสภาพกายภาพทางการท่องเที่ยว (The Management in Physical evidence of Tourism) ด้านที่ 7 การจัดการบุคลากรทางการท่องเที่ยว (The Management in People of Tourism) และด้านที่ 8 การสร้างหุ้นส่วน เครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยว (The Management in Partnership of Tourism) ส่วนการปฏิบัติการและการควบคุมทางการตลาด โดยมีการจัดองค์การทางการตลาดและการปฏิบัติการทางการตลาดตลอดจนการควบคุมทางการตลาด ซึ่งมีการกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติและการควบคุมอย่างชัดเจน

ผลการศึกษาแนวทางและยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พบว่า ควรมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านและสร้างแผนการจัดการทางการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่

ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) ควรพัฒนาเป็นอาชีพหลัก 2) ค้นหาศักยภาพของชุมชน 3) การสร้างคู่มือทางการขาย 4) การทำแผนการตลาด 5) ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์

6) การเสริมหลักสูตรการเรียนการสอน และการสร้างความร่วมมือกับสถาบันวิชาการ ส่วนข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ 1) การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว 2) หน่วยงานภาครัฐร่วมเป็นหุ้นส่วนกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 3) บูรณาการหน่วยงานภาครัฐเอกชน ทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านให้เป็นเครือข่าย และข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานเอกชน ได้แก่ 1) สร้างความร่วมมือกับบริษัทนำเที่ยว สำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป ได้แก่ 1) ควรมีการวิจัยแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 2) ควรมีการวิจัยผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงชุมชนต่อด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

Abstract

The objectives of this research were to study; 1) the efficiency of factor supplementing to the community enterprises in the lower northeastern part of Thailand, which could be practiced in the pattern of tourism, 2) the tendency of marketing management in the community enterprises of the lower northeastern part of Thailand, 3) the tendency and strategies strengthening stably the strange of local tourism management with the neighbor country. The studied populations were categorized as 1) the first groups was community enterprises in 6 provinces of the lower northeastern part of Thailand as Chaiyaphoom, Nakornrajsima, Buriram, Surin, Srisaket and Ubonrajtani, and made a random only 23 populations from the committee and member of community enterprises, 2) second groups were colleted from 400 tourists getting the service from the community enterprises, 3) third groups were collected from 20-30 representatives of government and private relating with the tourist in the lower northeastern part of Thailand. The used equipments were as 1) structural in-depth interview, 2) Focus groups, 3) the meeting of small group and 4) questionnaire. These collected data were analyzed and synthesized as a qualitative research as well as discussing as content.

The results were found that in the selling attention capacity of community enterprise it was as 1) Tourism attraction 2) An ancient place, culture and custom of community 3) the wisdom of villagers and products of community. In the capacity of facility in the community it was as 1) servicing of food 2) recreation and rest room 3) welcoming and guiding. In the capacity of entrancing easy to the tourism attraction of community was as 1) advertising by the public relation and various networks 2) the label showing the details of way 3) chance of servicing 4) transportation and 5) the system of tourism information.

The factors influencing to the tourism supplement of community enterprise were as 1) the completion and capacity of resource and the activity of tourism 2) the capacity of area and tourism attraction 3) the strange, cooperation of community 4) the earning of income and rewards and 5) the investment budget and supplement of government.

The results of tourism management tendency in the community enterprise were found that it should be analyzed the situation of market from the weakness, strange, opportunity and treats for meting the capacity of tourism, which it should make the research and determine the image market of tourism in the community. For the market planning, it should develop the market strategies and the marketing composition used the 9 P's principles classified into 8 parts as 1) the management in products and packaging of tourism 2) the management in price of tourism 3) the management in place of tourism 4) the

management in Promotion of tourism 5) the management in purchasing process of tourism 6) the management in physical evidence of tourism 7) the management in people of tourism 8) the management in partnership of tourism cooperation network and finally it should manage and control the stage of various plans.

The results of tendency and strategies strengthening stably the local tourism management with the neighbor country were found that it should determine the tendency of cooperation with the neighbor country for determining the local tourism management strategies.

The recommendations for community enterprise were as 1) the development of main career 2) the researching of their capacity 3) the making of selling handbook 4) the making of market plan 5) the public relations and image supplement 6) the support of education curriculum and the making of cooperation with the academic institute. For the government office, it should have as 1) the planning of tourism strategies 2) the partner combination between the government and private 3) the making of network between the government offices, private both Thailand and neighbor country. For the private office, It should have as 1) it should make the research of cooperation and procreative network making in the government office relating with the tourism 2) it should make the research of off action from community tourism toward economic, society and environment.

คำนำ

การกำหนดนโยบายด้านการบริการและการท่องเที่ยว เป็นวาระแห่งชาติ (National Agenda) ซึ่งเน้นการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ การเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการและการท่องเที่ยว การยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ตลอดจนการส่งเสริมนโยบายและแผนงานสู่อุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว โดยมอบหมายให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเร่งปรับกลยุทธ์ทางการตลาดเชิงอิเล็กทรอนิกส์ (e-market) หรือการเจาะตลาดกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง และตระเวนออกงานจัดแสดงรอบพิเศษ (road show) ในประเทศเป้าหมายต่างๆ การสร้างความร่วมมือกันของ 6 ประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยพัฒนาการท่องเที่ยวบริเวณโดยรอบ 4 สะพานที่เชื่อมโยงระหว่างไทย-ลาวและพัฒนา 3 เส้นทางถนนสู่เวียดนาม อีกทั้งนโยบายและแผนงานการส่งเสริมหมู่บ้าน OTOP เพื่อเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ที่มีการคัดสรรจากการมีศักยภาพและขีดความสามารถทางการท่องเที่ยว เช่น การมีตำนานและสินค้าที่น่าสนใจ

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงต้องศึกษาศักยภาพ ปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพ แนวทางจัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ ตลอดจนแนวทางและยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อจะได้นำผลการวิจัยเผยแพร่ให้กับวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานเอกชน และหน่วยงานของรัฐที่สนับสนุนหรือเกี่ยวข้อง ในการนำไปใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคที่จะช่วยให้เกิดรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนประโยชน์ที่ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้อย่างยั่งยืน โดยสามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาวและกัมพูชาได้ โดยเน้นการศึกษาวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่ 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดนครราชสีมา จังหวัด

บุรีรัมย์ จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

กลุ่มประชากรที่ศึกษาแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตอีสานใต้ จำนวน 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ด้วยวิธีการสุ่มโดยไม่ใช้หลักการความน่าจะเป็น แบบวิธีเจาะจงและแบบโควตา ซึ่งมีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ที่กำหนดเมื่อเปรียบเทียบกับระดับความสำเร็จในการดำเนินงานในระดับที่ยอมรับได้จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมพัฒนาชุมชน จำนวน 23 กลุ่ม โดยแบ่งตามประเภทที่ให้บริการทางการท่องเที่ยว 5 ประเภท ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นิเวศ หัตถกรรม เกษตรกรรมและสุขภาพ 2) นักท่องเที่ยวที่รับบริการทางการท่องเที่ยวกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้วยวิธีการสุ่มโดยใช้หลักการความน่าจะเป็นแบบวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายและใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตาราง Taro Yamane, 1973 ซึ่งสามารถได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนละประมาณ 15-20 ราย โดยรวมทั้งสิ้น 400 ราย 3) ตัวแทนหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในเขตอีสานใต้ ประมาณ 20-25 คน โดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างในลักษณะการสัมภาษณ์รายบุคคลและการสนทนากลุ่ม 2) จัดเวทีประชุมย่อย 3) แบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้มาทั้งหมดนำมาวิเคราะห์เชิงคุณภาพแบบพรรณนา สรุปคำสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มและสรุปรายงานการประชุมกลุ่มย่อยและวิเคราะห์เชิงปริมาณแบบสถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาการแจกแจงความถี่และร้อยละ ค่ากลางของข้อมูล (ค่าเฉลี่ย) การกระจายตัว (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)

ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ มีการกำหนดแนวทางการศึกษาและวิเคราะห์ ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในเขตอีสานใต้ที่สามารถดำเนินการในรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งศักยภาพทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ในด้านสิ่งดึงดูดใจและจุดขายด้านการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การขายแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) เที่ยวชม ศึกษาโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีวัฒนธรรมวิถีชีวิต 3) ภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมพื้นบ้านและเลือกซื้อหา จับจ่ายผลิตภัณฑ์ฝากและของที่ระลึกพื้นบ้าน เป็นต้น ส่วนศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การให้บริการอาหาร 2) สถานที่พักผ่อนพักแรม ห้องน้ำห้องสุขา 3) การต้อนรับและนำเที่ยว และศักยภาพด้านการเข้าถึงทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์ จากสื่อและเครือข่ายภาคีต่างๆ 2) ป้ายบอกทาง 3) ช่องทางการซื้อบริการ 4) เส้นทางการคมนาคม ขนส่งโดยสาร 5) ระบบโทรคมนาคมและข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยว เป็นต้น และวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ยังมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว ดังแสดงในรูปภาพที่ 1.1 ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1.1 แสดงศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชนในศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการเข้าถึงทางการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ความสมบูรณ์และความสามารถของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพของพื้นที่และทำเลที่ตั้งของชุมชน 3) ความหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 4) ความเข้มแข็งและความร่วมมือของชุมชน 5) ความสามารถพึ่งตนเองของชุมชน 6) การสร้างรายได้ และผลประโยชน์ตอบแทน 7) งบประมาณการลงทุนของกลุ่มวิสาหกิจ 8) ภาวะผู้นำและความตั้งใจของผู้นำชุมชน 9) การส่งเสริมสนับสนุนทางภาครัฐ 10) ความร่วมมือของเครือข่ายภาคี

11) ภาพลักษณ์ของชุมชนและการยอมรับของตลาด 12) ความสามารถการบริหารจัดการกลุ่ม 13) ความสามารถการบริหารเชิงธุรกิจและการวางกลยุทธ์ทางการตลาดการท่องเที่ยว 14) ความสามารถทางการแข่งขัน 15) ความรู้ทักษะทางการท่องเที่ยวของชุมชน 16) มาตรฐานและคุณภาพการให้บริการทางการท่องเที่ยว 17) ความสามารถสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มตลาดเป้าหมาย 18) เส้นทางและการคมนาคม โดยสารทางการท่องเที่ยว 19) ภูมิปัญญาและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน 20) จิตสำนึกการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นต้น

ส่วนแนวทางการจัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ พบว่า วิสาหกิจชุมชนต้องมีการวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาด โดยวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด จากจุดแข็งของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม มีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านจากภูมิปัญญาหัตถกรรม กสิกรรม เกษตรกรรมและสมุนไพร เป็นต้น มีจุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การมีปัญหาความขัดแย้งจากการจัดสรรผลประโยชน์ ความตั้งใจและเอาใจใส่และความร่วมมือของการจัดการกลุ่ม แต่วิสาหกิจชุมชนยังมีโอกาส โดยภาครัฐให้การส่งเสริมและการพัฒนากลุ่มชุมชน ส่งเสริมความรู้ทางการผลิต การตลาดและโอกาสและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านและการให้บริการทางการท่องเที่ยว แต่ก็มีอุปสรรคจากทางภาครัฐ โดยขาดความจริงจังและต่อเนื่องของการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว ฤดูกาลทางธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาอิทธิพลและผลประโยชน์ทางการเมืองของท้องถิ่น พฤติกรรมและความต้องการของการท่องเที่ยวเชิงชุมชนปริมาณน้อย ส่วนการวิจัยและการเลือกตลาดควรมีการแบ่งประเภทของหมู่บ้านท่องเที่ยวตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 ประเภท ได้แก่ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรม หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม และหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่วนการวางแผนการตลาด ซึ่งต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ 1) การสร้างความแตกต่างและการสร้างความสามารถหลัก 2) การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า 3) กลยุทธ์ด้านราคาและการส่งเสริมการขาย 4) ตลาดให้บริการเต็มรูปแบบ 5) ตลาดเฉพาะเจาะจง 6) พื้นที่ทางการตลาดและการวางแผนโปรแกรมการตลาดด้วย ส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้หลักการทางการตลาด 9 P's ซึ่งแบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 การจัดการผลิตภัณฑ์และองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (The Management in Product and Packaging of Tourism) ซึ่งมีการพิจารณาจากหลักการที่สอดคล้องกับศักยภาพของชุมชน ได้แก่ 1) ประเพณี เทศกาลประจำท้องถิ่น 2) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม 3) สัมผัสความเป็นธรรมชาติ วิถีวัฒนธรรมชนบทประจำท้องถิ่น 4) ผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น 5) มาตรฐาน คุณภาพการบริการทางการท่องเที่ยว เป็นต้น ด้านที่ 2 การจัดการราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (The Management in Price of Tourism) โดยมีการจ่ายเป็นรายบุคคลต่อรายการบริการทางการท่องเที่ยวพื้นฐานและค่าใช้จ่ายแบบเหมาจ่ายตามจำนวนขนาดของกลุ่มคณะที่ใช้บริการทางการท่องเที่ยว ด้านที่ 3 การจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว

(The Management in Place of Tourism) โดยมีการขายผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น งานนิทรรศการทางการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชน รายการโทรทัศน์เชิงสารคดี สถานีวิทยุและวิทยุชุมชน สื่ออินเตอร์เน็ต แต่ลักษณะการขายเพื่อความสะดวก ผ่านโทรศัพท์และอินเตอร์เน็ต โดยช่วงเวลาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวตามฤดูกาลท่องเที่ยวและวันหยุดพักผ่อนที่ติดต่อกันหลายวัน ด้านที่ 4 การจัดการส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว (The Management in Promotion of Tourism) โดยมีการโฆษณาผ่านอินเตอร์เน็ตทั้งเว็ปไซต์ของหน่วยงานวิสาหกิจชุมชนและการท่องเที่ยวโดยตรง ขายโดยกลุ่มบุคคลผ่านผู้นำและกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตัวแทนหน่วยงานในเครือข่ายที่ให้บริการร่วมกัน การส่งเสริมการตลาด โดยการให้ส่วนลดกำหนดตามขนาดของกลุ่มที่เข้ามารับบริการ ส่วนการประชาสัมพันธ์ต้องสร้างความร่วมมือกับสื่อทางหน่วยงานภาครัฐทั้งท้องถิ่นและส่วนกลางให้ช่วยสนับสนุนเผยแพร่ และการประชาสัมพันธ์จากการเข้าร่วมงานออกร้านของหน่วยงานภาครัฐและสร้างเครือข่ายการประชาสัมพันธ์กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครือข่าย ด้านที่ 5 การจัดการการส่งเสริมกระบวนการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว (The Management in Purchasing Process of Tourism) ควรมีการสร้างรายละเอียดและฐานข้อมูลถึงกลุ่มเป้าหมาย การทำคู่มือขาย การสั่งจองช่วงการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้าหรือตามฤดูกาลท่องเที่ยว และมีการสร้างความร่วมมือเพื่อส่งต่อกลุ่มลูกค้าจากผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเป็นทางเลือกเสริมให้แก่นักท่องเที่ยวได้อีก ด้านที่ 6 การจัดการสภาพกายภาพทางการท่องเที่ยว (The Management in Physical evidence of Tourism) โดยมีการพัฒนาปรับปรุงทั้งแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวย ความสะดวกให้ได้คุณภาพและมาตรฐานการบริการ หรือสร้างแรงดึงดูดใจทางสถาปัตยกรรม การปลูกสร้างและตกแต่งที่ยังคงเอกลักษณ์ความเป็นอารยธรรมและวัฒนธรรมดั่งเดิมของชุมชน ตลอดจนบรรยากาศที่บริสุทธิ์ทางธรรมชาติและพัฒนาเส้นทางการเที่ยวชมตามแหล่งต่างๆ ในพื้นที่ พร้อมกับสร้างศูนย์เรียนรู้ศึกษาข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวและจุดบริการพักผ่อน ด้านที่ 7 การจัดการบุคลากรทางการท่องเที่ยว (The Managementin People of Tourism) โดยส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรการนำเที่ยวและการบริการทางการท่องเที่ยว มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามกิจกรรมและการบริการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เพียงพอ และสุดท้ายด้านที่ 8 ความร่วมมือทางการท่องเที่ยว (The Management in Partnership of Tourism) โดยมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการเป็นหุ้นส่วนภาคีระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวที่เขตพื้นที่อื่นๆ และพื้นที่ใกล้เคียงทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ส่วนการปฏิบัติการและการควบคุมทางการตลาด มีการจัดการองค์การทางการตลาด (Marketing Organization) ได้แก่ การวางแผนอัตรากำลังบุคลากรทางการให้บริการท่องเที่ยว เช่น เจ้าหน้าที่ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณาทางการตลาด เจ้าหน้าที่ด้านการวิจัยตลาด เจ้าหน้าที่ขายและจัดการทางการตลาดและการปฏิบัติการทางการตลาด ควรกำหนดคู่มือทางการปฏิบัติงาน ตลอดจนการควบคุมทางการตลาด ควรมีการกำหนดขั้นตอนของการควบคุม โดยสอดคล้องกับกิจกรรมที่วางแผนทางการตลาดไว้ ได้แก่ 1) การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย 2) การวัดผลการทำงานด้วยเทคนิคและเครื่องมือวัดผลการทำงาน 3) วิเคราะห์ผลการทำงาน และ 4) การแก้ไข ซึ่งมีรูปแบบการควบคุมหลายด้าน ได้แก่ การควบคุมเชิงกำไร การควบคุมเชิงประสิทธิภาพ

และการควบคุมกลยุทธ์ แต่การท่องเที่ยวเชิงชุมชนควรมีการควบคุมเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติมด้วย

ส่วนการศึกษาแนวทางและยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ผลการศึกษา พบว่า วิสาหกิจชุมชนต้องมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาความร่วมมือ ได้แก่ 1) เจรจาทำข้อตกลงผลประโยชน์ทางการลงทุน การค้าและการบริการร่วมกัน 2) สร้างเครือข่ายภาคีความร่วมมือกับชุมชนและพื้นที่ตลอดเส้นทางเดินทางท่องเที่ยว 3) การจัดงานนิทรรศการงานแสดงสินค้าระดับประเทศและต้องสร้างแผนการจัดการทางการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ได้แก่ 1) การก่อสร้างและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ระบบคมนาคมตามชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน 2) การสร้างโปรแกรมทางการท่องเที่ยว เช่น เส้นทางสายไหมและภูมิปัญญาชาติพันธุ์ไทย ลาว เขมร กวยและเยอ ย้อนรอยเส้นทางอารยธรรมขอม ดื่มด่ำธรรมชาติและชุมทุ่งดอกไม้ เป็นต้น 3) พัฒนาช่องทางการขายและการส่งเสริมทางการตลาด 4) การพัฒนาสื่อข้อมูลพื้นฐานและรายละเอียดของกิจกรรมและการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่น สื่อวารสาร คู่มือสำหรับการเดินทาง 5) การสร้างและพัฒนาบุคลากรทางการบริการการท่องเที่ยว

อภิปรายผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในเขตอีสานใต้ที่สามารถดำเนินการในรูปแบบธุรกิจการท่องเที่ยว ศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ด้านสิ่งดึงดูดใจและจุดขายด้านการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การขายแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) เที่ยวชม ศึกษาโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีวัฒนธรรมวิถีชีวิต 3) ภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมพื้นบ้านและเลือกซื้อหาจับจ่ายผลิตภัณฑ์ของฝากและ ของที่ระลึกพื้นบ้าน เป็นต้น ส่วนศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การให้บริการอาหาร 2) สถานที่พักผ่อนพักแรม ห้องน้ำห้องสุขา 3) การต้อนรับและนำเที่ยว และศักยภาพด้านการเข้าถึงทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) การประชาสัมพันธ์ จากสื่อและเครือข่ายภาคีต่างๆ 2) ป้ายบอกทาง 3) ช่องทางการซื้อบริการ 4) เส้นทางการคมนาคม ขนส่งโดยสาร 5) ระบบโทรคมนาคมและข้อมูลสารสนเทศทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวควรมีสิ่งดึงดูดใจ (attraction) ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม ได้แก่ สถานที่ที่มีความสำคัญทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เทศกาลต่างๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวก (amenity & facilities) ให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ที่จอดรถ ร้านค้า ถนน และสวนสาธารณะและมีการเข้าถึง (accessibility) แหล่งท่องเที่ยวโดยไม่ลำบากถ้าสามารถเดินทางเข้าไปได้หลายเส้นทางยิ่งดี ถ้าระยะทางไกลจะทำให้เสียเวลาและค่าใช้จ่ายสูง (พวงบุหงา ภูมิพานิช, 2539)

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ 1) ความสมบูรณ์และความสามารถของทรัพยากรและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว 2) ศักยภาพของพื้นที่และทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวและวิสาหกิจชุมชน 3) ความเข้มแข็งความสามารถพึ่งตนเองและความร่วมมือของชุมชน 4) การสร้างรายได้ และผลประโยชน์ตอบแทน 5) งบประมาณการลงทุนและ

การสนับสนุนของภาครัฐ นั้น จัดได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการส่งเสริมศักยภาพทางการท่องเที่ยวของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งควรให้ความสำคัญและสร้างให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาแนวทางการจัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนการ-ท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ พบว่า

1) การจัดการทางการตลาดการที่ศึกษาตามแนวทางสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งได้แบ่งประเภทวิสาหกิจชุมชน หรือหมู่บ้านท่องเที่ยวไว้ 5 ประเภท ได้แก่ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงหัตถกรรม หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมและหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ทั้งนี้อาจมีการพิจารณาแบ่งตลาดตำแหน่งทางการตลาดตามหลักจิตวิทยาและพฤติกรรมความต้องการทางการท่องเที่ยวส่วนบุคคล หรือวิถีชีวิต (Life Style) ซึ่งสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงศึกษาทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมและทางการเกษตร
2. วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ
3. วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงผลิตภัณฑ์ OTOP
4. วิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและความงาม

โดยแต่ละกลุ่มตลาดเป้าหมาย ซึ่งควรพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของกลุ่ม เช่น วัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาดูงาน การพักแรมและทานอาหาร การจับจ่ายซื้อของอุปโภค การสัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีพื้นบ้าน การพักผ่อนผ่อนคลายจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การบำบัด บำรุงรักษาร่างกายและจิตใจ โดยใช้หลักการครอบคลุมตลาดแบบทั้งหมด ตลาดที่มีความแตกต่างและตลาดแบบเฉพาะส่วนตลาดหรือสร้างตำแหน่งทางการตลาดแตกต่างกัน ตามศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้น เช่น การดื่มด่ำบรรยากาศโอโซนธรรมชาติและศึกษาวิทยาการ ภูมิปัญญาทางการเกษตรจากบ้านบุไทร การเที่ยวชมทุ่งดอกไม้และน้ำตกมหัศจรรย์จากกลุ่มบ้านดินกลุ่มตาดโตนและกลุ่มบ้านลาดเจริญ เป็นต้น การศึกษาย้อนรอยความล้ำค่าของประวัติศาสตร์อารยธรรมขอมจากกลุ่มบ้านปราสาทใต้ บ้านโคกเมือง เป็นต้น การสัมผัสรสชาติวิถีชุมชนชาติพันธุ์เขมร ลาว กวยและเยอจากกลุ่มบ้านซะซอม กลุ่มบ้านปะอาวและกลุ่มบ้านตากลาง เป็นต้น การเรียนรู้ภูมิปัญญาและจับจ่ายผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP 5 ดาว จากกลุ่มบ้านทุ่งสว่าง กลุ่มบ้านต้อน กลุ่มบ้านด่านเกวียน และกลุ่มนาโพธิ์ เป็นต้น และการฟื้นฟู บำรุงรักษาสุขภาพและความงามจากสมุนไพรพื้นบ้านจากกลุ่มบ้านดอนขุมเงิน กลุ่มบ้านระกาใต้ เป็นต้น ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานราชการ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มชาวต่างประเทศ กลุ่มพ่อค้าคนกลางและบุคคลทั่วไป

2) การจัดการทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงการวางแผนทางการตลาดเพื่อหาตำแหน่งทางการตลาดและตลาดเป้าหมายได้ถูกต้อง ด้วยการวิเคราะห์ด้วยเทคนิค SWOT ของศักยภาพชุมชน เพื่อค้นหาจุดขายและความพร้อมทางการท่องเที่ยวและนำส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 9 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Packaging) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) ลักษณะกายภาพ (Physical) กระบวนการจัดซื้อบริการ

(Purchasing) ความร่วมมือและเครือข่าย (Partnership) อย่างลงตัวและควรต้องคำนึงถึง 4 C's ได้แก่ ลูกค้า (Consumer) ต้นทุน (Cost) การอำนวยความสะดวก (Convenience) การติดต่อสื่อสาร (Communication) แล้วจึงดำเนินการและควบคุมทางการตลาดอีกครั้ง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การศึกษาแนวทางและยุทธศาสตร์พึ่งพาเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พบว่า การสร้างความร่วมมือเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านควรคำนึงถึงศักยภาพความพร้อมของการรองรับทางการท่องเที่ยวชุมชนเป็นสำคัญ ซึ่งควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนจนได้รับมาตรฐานคุณภาพการบริการก่อนที่จะนำเสนอขายบริการและเส้นทางการท่องเที่ยวควรมีการกำหนดจากศักยภาพที่ดึงดูดใจของวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นทางเลือกทางการท่องเที่ยวใหม่แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว เช่น ท่องเที่ยวตามเส้นทางสายไหมและภูมิปัญญาชาติพันธุ์ไทย ลาว เขมร กวยและเยอ ย้อนรอยเส้นทางอารยธรรมขอมดื่มด่ำธรรมชาติและชุมทุ่งดอกไม้ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาแนวทางการจัดการทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมโดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีแนวทางดังนี้

1.1 พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงชุมชนจากอาชีพเสริมเป็นอาชีพหลัก เพื่อบริหารจัดการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง

1.2 ค้นหาศักยภาพทางการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ ผลผลิตและภูมิปัญญาทางการเกษตร หัตถกรรมและสมุนไพร เพื่อนำมาต่อยอดทางการตลาดได้อย่างชัดเจน ไม่กระจายทั่วไป

1.3 การสร้างคู่มือทางการขายผลิตภัณฑ์ กิจกรรมโปรแกรมและการบริการทางการท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชน เผยแพร่และถึงกลุ่มตลาดเป้าหมาย

1.4 การกำหนดแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าการท่องเที่ยวของพื้นที่โดยการจัดทำแผนการตลาด เพื่อประเมินและวัดผลการตอบสนองของนักท่องเที่ยว

1.5 ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเชิงชุมชน โดยการได้รับคุณค่าและความเป็นตัวตนของความพอเพียงตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ

1.6 การนำองค์ความรู้เสริมหลักสูตรการเรียนการสอนทางหลักวิชาการทางการท่องเที่ยว และการสร้างความร่วมมือกับสถาบันวิชาการ ในรูปแบบเป็นแหล่งเรียนรู้ ฝึกประสบการณ์ของสาขาปรัชญา สังคมวิทยา เศรษฐศาสตร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีแนวทางดังนี้

2.1 การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของรัฐบาล ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ การพัฒนาขีดความสามารถของชุมชน การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และการสร้างดุลยภาพการพัฒนาทั้งเศรษฐกิจและสังคม

2.2 หน่วยงานภาครัฐร่วมเป็นหุ้นส่วนกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต้องเปลี่ยนเป้าหมายบทบาทหน้าที่ใหม่ จากการมีบทบาทหน้าที่คอยส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดศักยภาพ มีหุ้นส่วนและความเป็นเจ้าของร่วมกับชุมชน เพื่อสร้างความจริงใจในการเข้าร่วมมือและส่งเสริมให้เข้มแข็งมากขึ้น

2.3 บูรณาการหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านให้เป็นเครือข่าย เชื่อมโยงออกมาเป็นแผนความร่วมมืออย่างชัดเจน เป็นรูปธรรมและลงสู่การปฏิบัติได้

3. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานเอกชน ซึ่งมีแนวทางดังนี้

3.1 การกำหนดการท่องเที่ยวเชิงชุมชนเข้ามาสอดคล้องกับโปรแกรมทางการท่องเที่ยว เพื่อเป็นทางเลือกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และจุดขายอย่างชัดเจน

3.2 สร้างความร่วมมือกับชุมชน โดยนำความเป็นวิถีชุมชนออกมาสร้างจุดขายจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้วยการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ให้แตกต่างและมีเอกลักษณ์มีคุณค่าควรแก่การท่องเที่ยวศึกษา

4. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป ซึ่งมีแนวทางดังนี้

4.1 ควรมีการวิจัยแนวทางการสร้างเครือข่ายความร่วมมือและการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

4.2 ควรมีการวิจัยผลกระทบจากการท่องเที่ยวเชิงชุมชนต่อด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

ภาพที่ 1.2 แสดงห้องพักค้างแรมหมู่บ้านดิน จ.ชัยภูมิ

ภาพที่ 1.3 แสดงบ้านพักโฮมสเตย์ด่านเกวียน จ.นครราชสีมา

ภาพที่ 1.4 แสดงการสาธิตการผลิตหัตถกรรมพื้นบ้านบ้านปะอ่าว จ.อุบลราชธานี

ภาพที่ 1.5 แสดงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมยกทอง OTOP 5 ดาว และศูนย์จำหน่ายผ้าไหมบ้านท่าสว่าง จ,สุรินทร์

ภาพที่ 1.6 แสดงการนำเที่ยวเชิงนิเวศบ้าน ลาดเจริญ จ.อุบลราชธานี

ภาพที่ 1.7 แสดงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของโฮมสเตย์บ้านบุไทร จ.นครราชสีมา

ภาพที่ 1.8 แสดงแหล่งท่องเที่ยวแก่งสะพือและพิธีกรรมของกลุ่มดอนขุมเงิน จ.อุบลราชธานี

ภาพที่ 1.9 แสดงกิจกรรมการย้อมผ้าจากภูมิปัญญาพื้นบ้านหมู่บ้านช้าง จ,สุรินทร์

ภาพที่ 1.10 แสดงการแสดงช้างแสนรู้หมู่บ้านช้าง บ้านตากลาง จ.สุรินทร์

บรรณานุกรม

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชินวัฒน์ อรรถเวทิน. (2545). **การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชากร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.** การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ชูเพ็ญ วิบุลสันติ. (2547). **การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน (จุดด้อย) โอกาสและอุปสรรค (ความเสี่ยง) ขององค์กร (SWOT Analysis)** : http://www.pharmacy.cmu.ac.th/pharmcare/pharad/swot982.htm

ชูวิทย์ ศิริเวชกุล. (2544). **การท่องเที่ยวเชิงชุมชนและการจัดการโฮมสเตย์.** จุลสารการท่องเที่ยว 20.2 (เมษายน-มิถุนายน 2544) : 52-56

ชูสิทธ์ ชูชาติ. (2542). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.** มปท. : โปรแกรมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงใหม่ .

ณัฐกานต์ โรจนุตมะ. (2542). **ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์ มหาบัณฑิต, สาขาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์วิทยาลัย.

นุชนารถ รัตนสุวงศ์ชัย . (2545). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการตลาดการท่องเที่ยว.** หน่วยที่ 1 เอกสารการสอนชุดวิชา กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). **ศึกษาแนวคิดว่าด้วยโครงสร้างและพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย**

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** คณะมนุษยศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 23-25

พจนา สวนศรี. (2543). **การจัดการการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน.** เอกสารประกอบงานสัมมนางานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ปี 2543. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

พวงบุหงา ภูมิพานิช. (2539). **การจัดนำเที่ยว.** ภาควิชาศิลปชีพ คณะมนุษยศาสตร์ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มัณฑนา นวลเจริญ. (2548). **การศึกษาศักยภาพของชุมชนในฐานะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของ จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่.**

มธุรส ปราบไพรี. (2543). **ศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว : กรณีชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี.** การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มนัส สุวรรณ และคณะ. (2541). **คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.).** มปท , ; ม.ป.พ. อนุสาร อสท. 39 : 2 (กันยายน). 122-123

ยุวดี นิรันทร์ตระกูล. (2544). **การท่องเที่ยวเชิงชุมชน.** จุลสารการท่องเที่ยว. 20.1(มกราคม - มีนาคม 2544).

เรวัต ตันตยานนท์ SMEs Clinic : 'SWOT' เครื่องมือวิเคราะห์สารพัดประโยชน์ Available : http://www.bangkokbizweek.com/20041202/smallbiz/index.php?news=column_15688840.htm" http://www.bangkokbizweek.com/20041202/smallbiz/index.php?news=column_15688840.htm. 15 สิงหาคม 2549

รุ่งทิพย์ ว่องปฏิบัติการ. (2544). การท่องเที่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม. จุลสารการท่องเที่ยว. 20.1 (มกราคม-มีนาคม 2544) .

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2542). **โฮมสเตย์ ฟาร์มสเตย์ ธุรกิจบริการจากเจ้าบ้านที่ดี.** จุลสารการนำเที่ยว.

วรรณา ศิลปะอาชา. (2545). **การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** หน่วยที่ 3 เอกสารการสอนชุดวิชา กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ : บริษัท A.N. การพิมพ์.

สุวรรณา กาญจนเมธากุล. (2542). **การตลาดเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว.** ภาควิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏภูเก็ต.

สัมพันธ์ เตชะอริก และคณะ. (2540). **การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน.** สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อธิคม จันทรศัพท์. (2544). **ประสบการณ์ด้านบริหารจัดการท่องเที่ยว กรณีศึกษา อ.แม่จริม จ.น่าน**

Taro Yamane (1973). **ตารางการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง.**

บทบาทของผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

The Role of Local Administrators to the Tourism Strategy in Lower Northeastern Region

สำเนาว์ เสาวกูล หทัยรัตน์ เสาวกูล กิตติ มุลาลินน์ สุพัฒน์ ชัยตั้งจิต ญาณัท หงษ์เต็งสกุล ธงชัย มุ่งเจริญพร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

Sumnow Saowakoon, Hatairat Saowakoon, Kitti Mulalin, Supat Chaitungjit, Yanay Hongtengsakoon, Thongchai Moongjareonporn
Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของผู้นำองค์การปกครองท้องถิ่น กระบวนการวางแผนพัฒนาต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 6 จังหวัด คือ นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี โดยศึกษาความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่น กระบวนการวางแผนพัฒนาต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ **การวิจัยเชิงปริมาณ** กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้จาก นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด นายกเทศมนตรีและนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในกลุ่มจังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี จำนวน 400 ตัวอย่าง **ผลการวิจัย พบว่า** บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีคะแนนอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีบทบาทเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการจัดการ ด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ส่วนความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีคะแนนอยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการจัดการ ด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ นอกจากนี้การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อบทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ประกอบด้วย ปัจจัยเพศ อายุ ภูมิลำเนาและประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และปัจจัยตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ได้แก่ ระดับการศึกษา ประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาชีพที่ทำอยู่ในปัจจุบันและรายได้ นอกเหนือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น **การวิจัยเชิงคุณภาพ** โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล และองค์การบริหารส่วนจังหวัด กลุ่มจังหวัด อีสานใต้ **ผลการวิจัย พบว่า** ผู้นำองค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่น มีบทบาทน้อยทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวกลุ่มอีสานใต้ ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวยังไม่มีการกำหนดโดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ชัดเจน กระทำโดยกลุ่มผู้ว่าราชการจังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดอีสานใต้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยจะเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้การสนับสนุนและส่งเสริมแก่หน่วยงานของรัฐ ให้การสนับสนุนงบประมาณด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่ม อินโดจีนและสามเหลี่ยมมรกต พัฒนาและปรับปรุงสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ การปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนเกิดความรักกับท้องถิ่นและประเทศ สนับสนุนให้มีการจัดการสิ่งแวดล้อมต่างๆ ของการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน ชุมชนมีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาท้องถิ่นให้ดีขึ้น การนำเสนอของดีมีคุณภาพประจำท้องถิ่นของตน (สินค้า OTOP) ชุมชนมีอาชีพเสริมและเกิดรายได้ กลุ่มผู้บริหารองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดอีสานใต้มีความคาดหวังว่า รัฐบาลควรมอบอำนาจในด้านการบริหารจัดการให้กับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากในปัจจุบันองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีอำนาจในการจัดการมีแต่ภารกิจ ต้องการให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้เห็นสิ่งมหัศจรรย์ที่ล้ำค่าของจังหวัดอีสานใต้ พัฒนาสถานที่ที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ การจัดทำสนามบินที่เป็นจุดเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวภายในกลุ่มอีสานใต้ พัฒนาสภาพแวดล้อมบรรยากาศ ให้สวยงามและสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสาธารณูปโภคและ ความปลอดภัย เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและนำรายได้มาพัฒนาอีสานใต้ต่อไป โดยพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมและกลุ่มปราสาทหินของทุกจังหวัด โดยให้มีการเชื่อมโยงและส่งต่อนักท่องเที่ยวให้ต่อเนื่องกันทุกจังหวัดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในด้านการบริการ ภาษาและการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้า OTOP และ อาหารพื้นบ้านให้มีคุณภาพให้ได้มาตรฐานและเป็นสินค้าที่ถูกใจของผู้มาเยือน ปัญหาอุปสรรค ขาดงบประมาณในการส่งเสริม การสนับสนุนและการพัฒนาจากภาครัฐ การคมนาคมในการท่องเที่ยวยังขาดความรวดเร็วและสะดวกสบาย ที่พักไม่เพียงพอหรือไม่เป็นจุดดึงดูดเท่าที่ควร การจัดการของผู้บริหาร ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐต้องสนับสนุนการดูแล การท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ บำรุงรักษาโบราณวัตถุและโบราณสถานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเชิงนิเวศยังต้องอาศัยน้ำฝนเป็นปัจจัยหลัก ต้องการความช่วยเหลือหรือสนับสนุนจากรัฐบาลในด้านให้การสนับสนุนด้านงบประมาณเพิ่มขึ้นเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยหน่วยงานหรือกรมที่เกี่ยวข้องให้ถ่ายโอนให้ท้องถิ่นดูแล รัฐบาลต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมแก่ผู้มา เที่ยว รัฐบาลควรแบ่งหรือจัดสรรกลุ่มทัวร์ ให้ส่งเสริมการท่องเที่ยวมาในพื้นที่ อีสานใต้อย่างเท่าเทียมกันทั้งประเทศ รวมทั้งเรื่องการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ด้วย

Abstract

The aim of this research is to study the role of local administrators to the tourism strategy in lower Northeastern region(Nakhon Ratchasima, Chaiyaphum, Buri Ram, Surin, Si Sa Ket and Ubon Ratchathani). The other

aims are to compare the factors regarding the administrators qualifications and their role as well as their expectations and those of local administrators, to find out the ways of sustainable tourism management in lower Northeastern region and to connect to neighboring countries. The research contains both quantitative and qualitative data. The subjects of the quantitative research consist of 400 administrators from the local administrators lower Northeastern region. The findings are that the role of the administrators from the local administrators in lower Northeastern region at a medium. Their various roles can be ranked as follows: the highest mean lies in participation, second to that is management, followed by scope, activities and processes. The expectations of tourism strategy in lower Northeastern region were found to be at quite high level. The expectations may be ranked in the following order, with the highest mean being found in terms of participation, followed in descending order by management, scope, and by activities and processes. In addition, the hypothesis test indicates that the important variables affecting the support of local leaders in the tourism strategy in lower Northeastern region consist of the following: sex, age, domicile and work experience. Important variables affecting the expectations in the tourism strategy in lower Northeastern region consist of the following: education level, work experience, occupation and previous income. The subjects of the qualitative research consist of the local administrators at various levels; Tambon, municipality and province in six provinces in lower Northeastern region. The findings are that the administrators' role of the on tourism development is few while provincial governors and related authorities play more important role. The local administrators support the budget for improving important tourist attractions in Indo-China and Emerald Triangle, youths loving home land, environmental management for sustainability, participation of community in local development and OTOP products.

The local administrators expect the central government should delegate them authority on development of service places such as restaurants, hotels etc.The government should build airports to connect lower Northeastern region with other regions. The local administrators have to build facilities, infrastructure and safety, and develop environment in order to create sustainable tourism and get income for local development. Besides, The local administrators have to improve tourist attractions of history, culture and historical ruins to connect with each province and transfer tourists

to other provinces in lower Northeastern region. Working staff should be developed on service, languages and public relations. OTOP products and local food should be supported standard quality. The problems are a lack of budget, transportation , hotels insufficient and uncomfortable. On management there are not enough tourist experts and authorities so government sector should support tourism in lower Northeastern region and maintain historical ruins. Moreover, natural attractions mainly depend on the rainfall. The local governors need help on more budget to develop tourism and need tourism related department to transfer authority to them taking responsibility. The government has to support product distribution with reasonable price for tourists, encourage tourists to visit lower Northeastern region and advertise about tourism in lower Northeastern region.

คำนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับการส่งเสริมเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี ซึ่งเป็นผลมาจากการให้ความ

สำคัญกับอุตสาหกรรมประเภทนี้ นอกจากนี้ รัฐบาลได้กำหนดนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้หลายประการ เช่น การเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการท่องเที่ยว การส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่และการให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยให้ความสำคัญทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ จนถึงระดับนานาชาติ ทั้งนี้เพราะมีการนำทรัพยากรมาใช้อย่างมากมาย จนทำให้เสียสมดุลของธรรมชาติส่งผลต่อการดำรงชีวิตและพัฒนาประเทศได้อย่างต่อเนื่องการดำเนินการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวนั้น สามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นเป้าหมายสำคัญในกระบวนการท่องเที่ยวและถือได้ว่าเป็นพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีบทบาทในการกำกับ ดูแลและควบคุมการท่องเที่ยวได้มากขึ้น การบริหารงานทรัพยากรการท่องเที่ยวและความคิดเห็นผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เนื่องจากผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นองค์กรที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่มากที่สุด รวมทั้งยังเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาด้านต่างๆ ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นอันนำไปสู่คุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัด อันเป็นแนวทางการพัฒนาแบบองค์กรรวม หรือการพัฒนาแบบบูรณาการ โดยการประสานระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาบนแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป ดังนั้นการศึกษาบทบาทของผู้นำองค์การปกครองท้องถิ่นต่อกระบวนการวางแผนพัฒนาและการกำหนดยุทธศาสตร์ การศึกษาความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นต่อกระบวนการวางแผนพัฒนาและการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จัดว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากบทบาท ความคาดหวังและความเป็นมาในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

1. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ได้แก่ จังหวัด นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ที่ได้จากการสุ่มตัวอย่าง

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

ในการหาขนาดตัวอย่างการศึกษาเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้การหาขนาดตัวอย่างโดยการสุ่มเลือกจากกลุ่มประชากร ได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยครอบคลุมทั้ง 6 จังหวัดที่ทำการศึกษา

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1. กลุ่มตัวอย่างเป็นนายกและรองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดกลุ่มจังหวัด อีสานใต้ จำนวน 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี

2.2. การวิจัยโดยการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากเอกสาร (Document Research) ที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์เบื้องต้น (Guideline Interview) ผู้บริหารขององค์การบริหารส่วน

ตำบล เทศบาลและองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี

2. การสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ

ในการหาขนาดตัวอย่างการศึกษาเชิง-ปริมาณผู้วิจัยใช้การหาขนาดตัวอย่างโดยการสุ่มเลือกจากกลุ่มประชากร ได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยครอบคลุมทั้ง 6 จังหวัดที่ทำการศึกษา หน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ทำการศึกษาในอำเภอต่างๆ ที่สุ่มเลือกประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลตำบล เทศบาลเมืองและเทศบาลนคร

การวิจัยเชิงคุณภาพ

กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาลและองค์การบริหารส่วนจังหวัด กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ประกอบด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามสำหรับกลุ่มนายกเทศมนตรีและนายกองค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบ 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเป็นข้อความคำถามเกี่ยวกับตำแหน่ง สถานที่ทำงาน อายุ สถานสภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่ทำงานในพื้นที่ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่มีลักษณะเป็นการตรวจสอบรายการและเติมข้อความในช่องว่าง

ตอนที่ 2 บทบาทและความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกระบวนการวางแผนพัฒนาต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการวางแผนและพัฒนาต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นคำถามปลายเปิด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับนายกหรือรองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยคณะวิจัยได้กำหนดประเด็นสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

1. ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ ภูมิลำเนา สถานที่ทำงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ ประสบการณ์ในการเป็นผู้นำท้องถิ่นหรือการทำงานด้านการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

2. ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทและความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกระบวน การวางแผนพัฒนาต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

3. ข้อเสนอแนะในการวางแผนและพัฒนาต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และการต้องการความช่วยเหลือจากรัฐบาล

4. การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การสร้างและทดสอบเครื่องมือวิจัย

คณะวิจัยได้สร้างแบบสอบถามตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การประชุมกลุ่มผู้วิจัยในการกำหนดรูปแบบและคำถามในการจัดทำแบบสอบถาม

2. นำแบบสอบถามที่ได้จากการประชุมส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและประเมินผล

3. นำแบบสอบถามที่ได้จากข้อ 2 นำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถาม

4. ดำเนินการส่งแบบสอบถามไปให้กลุ่มประชากรตัวอย่างและรวบรวมแบบสอบถาม

5. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิจัยครั้งนี้ คณะวิจัยได้ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติวิจัย โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับสองกลุ่มตัวอย่างกรณีสองกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA)

การแปลความหมายของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า(Rating Scale) ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 แสดงถึงบทบาท/ความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด
- คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 แสดงถึงบทบาท/ความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย
- คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 แสดงถึงบทบาท/ความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 แสดงถึงบทบาท/ความคาดหวังอยู่ในระดับมาก
- คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 แสดงถึงบทบาท/ความคาดหวังอยู่ในระดับมากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

คณะวิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงบริบท (Context Analysis) เพื่อนำข้อค้นพบที่ได้มาอภิปรายร่วมกับผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง บทบาทของผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทและความคาดหวังของผู้นำองค์การปกครองท้องถิ่น กระบวนการวางแผนพัฒนาต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเพื่อทราบยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน และเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระบวนการวางแผนพัฒนาต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ได้แก่ นายกเทศมนตรี รองนายกเทศมนตรี นายกองค์การบริหารส่วนตำบล และรองนายกองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 400 ตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยคณะวิจัยและพนักงานภาคสนาม ดำเนินการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย สถิติพรรณนา (ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน) และสถิติอ้างอิง การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับสองกลุ่มตัวอย่างกรณีสองกลุ่มตัวอย่างเป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.27, S.D.=0.96) การกำหนดยุทธศาสตร์ ด้านพื้นที่ มีคะแนนบ่งชี้ถึงการแสดงบทบาทอยู่ในระดับปานกลาง โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมสาธารณูปโภค การคมนาคมให้สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยงทางโบราณวัตถุมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านกิจกรรมและกระบวนการมีคะแนนที่บ่งชี้ถึงการแสดงบทบาทอยู่ในระดับปานกลาง โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยสูงสุดและการจัดกิจกรรมส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณวัตถุให้เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านการจัดการ มีคะแนนที่บ่งชี้ถึงการแสดงบทบาทอยู่ในระดับปานกลาง โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการกำจัดมลพิษ/ขยะ/สิ่งปฏิกูลแหล่งการท่องเที่ยวที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และการส่งเสริมการสร้างความเข้าใจในคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านการมีส่วนร่วม มีคะแนนที่บ่งชี้ถึงการแสดงบทบาทอยู่ในระดับมาก โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวตลอดทั้งกระบวนการ (ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์) ค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และส่งเสริมให้หน่วยงานภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวตลอดทั้งกระบวนการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กระบวนการวางแผนและพัฒนาต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.86, S.D.=.0.87) การกำหนดยุทธศาสตร์ด้านพื้นที่มีคะแนนบ่งชี้ถึงการแสดงบทบาทอยู่ในระดับระดับมาก ($\bar{x}$ =3.83, S.D.=0.87) โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้ให้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณวัตถุมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านกิจกรรมและกระบวนการมีคะแนนที่บ่งชี้ถึงการแสดงบทบาทอยู่ในระดับมาก โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการจัดกิจกรรมส่งเสริมให้มีการสร้างความเข้าใจในคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวแก่ประชาชนในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด และการจัดกิจกรรมส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณวัตถุให้เอื้อต่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านการจัดการ มีคะแนนที่บ่งชี้ถึงการแสดงบทบาทอยู่ในระดับมาก โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการส่งเสริมการกำจัดมลพิษ/ขยะ/สิ่งปฏิกูลในแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และส่งเสริมให้มีการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณค่า มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดที่ ด้านการมีส่วนร่วม โดยมีคะแนนที่บ่งชี้ถึงการแสดงบทบาทอยู่ในระดับมาก โดยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้าน การส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวตลอดทั้งกระบวนการ (ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด และส่งเสริมให้หน่วยงานภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวตลอดทั้งกระบวนการ (ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

การทดสอบสมติฐาน พบว่า ปัจจัยเพศ อายุ ภูมิลำเนาและประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างกัน การแสดงบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ต่างกัน ส่วนปัจจัย สถานภาพสมรส ระดับ

การศึกษาตำแหน่งในการบริหาร อาชีพที่ทำอยู่ในปัจจุบัน และรายได้นอกเหนือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างกัน การแสดงบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยในด้านระดับการศึกษา ประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาชีพที่ทำอยู่ในปัจจุบัน และรายได้นอกเหนือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างกัน ความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ต่างกัน ส่วนปัจจัยเพศ อายุ สถานภาพการสมรส ภูมิลำเนาและตำแหน่งในการบริหาร ต่างกัน ความคาดหวังของของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่ต่างกัน

การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทและความคาดหวังของผู้นำของผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ คณะวิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ในกลุ่มนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 6 คน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษและอุบลราชธานี) ผลการวิจัย พบว่า ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทน้อยทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวกลุ่มอีสานใต้ ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวยังไม่มีการกำหนดโดยองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่ชัดเจน กระทำโดยกลุ่มผู้ว่าราชการจังหวัด และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นเป็นเพียงผู้เข้าร่วมและมีบทบาทเพียงเล็กน้อยเท่านั้นในการกำหนดยุทธศาสตร์ เพียงแต่มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในทุกจังหวัดกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องโดยจะเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ให้การสนับสนุนและส่งเสริมแก่หน่วยงานของรัฐ ให้การสนับสนุนงบประมาณด้านการท่องเที่ยว การจัดงานประเพณีต่างๆ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มอีสานใต้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวกลุ่มอินโดจีนและสามเหลี่ยมมรกต พัฒนาและปรับปรุงสถานที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ การปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนเกิดความรักกับท้องถิ่นและประเทศ ส่งเสริมตามพื้นที่ที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวทางอารยธรรมขอมโบราณและหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สนับสนุนให้มีการจัดการสิ่งแวดล้อมต่างๆ ของการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินการได้อย่างยั่งยืน มีการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานๆ เพื่อให้เกิดการความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว มุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่และชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเสริมสร้างชนบทให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ให้กลุ่มชุมชนและกลุ่มอาชีพได้แสดงความคิดเห็นด้วยตนเองในการนำเสนอของดีประจำท้องถิ่นของตน โดยให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ ชุมชนมีส่วนร่วมและเปิดโอกาสในด้านการพัฒนาท้องถิ่นให้ดีขึ้น กลุ่มชุมชนและกลุ่มอาชีพได้แสดงความคิดเห็นด้วยตนเองในการนำเสนอของดี มีคุณภาพประจำท้องถิ่นของตน (สินค้า OTOP) ชุมชนมีอาชีพเสริมและเกิดรายได้ ปลูกฝังเด็กและเยาวชนเข้มแข็งมีจิตสำนึกในการรักบ้านเกิดและให้สามารถแนะนำแหล่งท่องเที่ยวของตนได้มีการรณรงค์และให้ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความคาดหวังว่า รัฐบาลควรมอบอำนาจในด้านการ

บริหารจัดการให้กับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากในปัจจุบันองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นไม่มีอำนาจในการจัดการมีแต่ภารกิจ เพราะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนและรู้ความต้องการในท้องถิ่นนั้นๆ เช่นส่งเสริมให้เยาวชนในท้องถิ่นที่มีได้รับการศึกษาได้รับการศึกษา ในการจัดงานเพื่อให้ประชาชนท้องถิ่นได้ดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต เช่น การต่อต้านการสร้างโรงงานหรือให้สร้างโรงงานห่างไกลจากชุมชนให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้ยั่งยืน มีการส่งต่อนักท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและสอดคล้องกับแหล่งท้องถิ่นที่อยู่ ต้องการให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้เห็นสิ่งมหัศจรรย์ที่ล้ำค่าของจังหวัดอีสานใต้ พัฒนาสถานที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ การจัดทำสนามบินที่เป็นจุดเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวภายในกลุ่มอีสานใต้ พัฒนาสภาพแวดล้อม บรรยากาศ ให้สวยงามและสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสาธารณูปโภคและความปลอดภัย เมื่อมีอำนาจในการพัฒนาท้องถิ่นแล้วสามารถที่จะวางแผนพัฒนาการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยการ จัดตั้งชมรมนายกองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นอีสานใต้ในกลุ่ม 6 จังหวัด เพื่อแยกกลุ่มดูแลและประสานกันอย่างเป็นรูปธรรม การคมนาคมทางด้านการท่องเที่ยวให้ครบวงจรเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ครบทุกจังหวัดในครั้งเดียว ตามกลุ่มการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ คาดหวังให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเป็นรายได้นำมาพัฒนาอีสานใต้ต่อไป พัฒนาการท่องเที่ยวกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมและกลุ่มปราสาทหินของทุกจังหวัดโดยให้มีการเชื่อมโยงและส่งต่อนักท่องเที่ยวให้ต่อเนื่องกันทุกจังหวัดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ พัฒนาให้กลุ่มจังหวัดอีสานในด้านภูมิประเทศทรัพยากรที่มีอยู่ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางด้าน ประวัติศาสตร์ ที่มีความสำคัญในอดีต โดยนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในด้านการบริการ ภาษาและการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมให้มีการผลิตสินค้า OTOP และอาหารพื้นบ้านให้มีคุณภาพให้ได้มาตรฐานและเป็นสินค้าที่ถูกใจของผู้มาเยือนและบอกต่อๆ กัน เพิ่มสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวให้เท่าเทียมกันทุกภูมิภาค

ปัญหาอุปสรรค ขาดงบประมาณในการส่งเสริมการสนับสนุนและการพัฒนาจากภาครัฐ การคมนาคมในการท่องเที่ยวยังขาดความรวดเร็วและสะดวกสบาย ที่พักไม่เพียงพอหรือไม่เป็นจุดดึงดูดเท่าที่ควร การจัดการของผู้บริหาร ขาดผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและบุคลากรที่มีความสามารถด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐต้องสนับสนุนการดูแลการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ บำรุงรักษาโบราณวัตถุและโบราณสถานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แหล่งท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเชิงนิเวศยังต้องอาศัยน้ำฝนเป็นปัจจัยหลัก มีการดำเนินเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว ด้วยการร่วมกับหน่วยงานของภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น และภาคเอกชน จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว จัดสร้างที่พักเพื่อบริการนักท่องเที่ยว(Home Stay, Long stay) สร้างจุดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและเปิดโอกาสให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ใช้เวลาน้อยที่สุดในการท่องเที่ยวให้ทั่วอีสานใต้ ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมในเชิงรุกเพื่อสืบสานการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างมี

ประสิทธิภาพ รวมทั้งการสร้างค่านิยมและปลูกจิตสำนึกต่อท้องถิ่นให้กับประชาชนอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของท้องถิ่น มีการสำรวจหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีศักยภาพเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพิ่มขึ้น ต้องการความช่วยเหลือหรือสนับสนุนจากรัฐบาลในด้านให้การสนับสนุนด้านงบประมาณเพิ่มขึ้นเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยว โดยหน่วยงานหรือกรมที่เกี่ยวข้องให้ถ่ายโอนให้ท้องถิ่นดูแล ให้จัดประชุมสัมมนาสร้างความเข้าใจในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการบำรุงดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รัฐบาลต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนการจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่เป็นธรรมแก่ผู้มา เที่ยว รัฐบาลควรแบ่งหรือจัดสรรกลุ่มทัวร์ ให้ส่งเสริมการท่องเที่ยวมาในพื้นที่อีสานใต้อย่างเท่าเทียมกันทั้งประเทศและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้อย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผลการศึกษา

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 เพื่อศึกษาบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ผลการวิจัย พบว่า บทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.27, S.D. = 0.96) โดยมีบทบาทมากเรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการจัดการ ด้านพื้นที่และด้านกิจกรรมและกระบวนการ ทั้งนี้ ในด้านการมีส่วนร่วม มีการแสดงบทบาทในด้านส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวตลอดทั้งกระบวนการ (ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับประโยชน์) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ในขณะที่บทบาทในด้านการส่งเสริมให้หน่วยงานภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวตลอดทั้งกระบวนการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด แสดงให้เห็นว่าบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มอีสานใต้ เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น เมื่อชุมชนหรือบุคคลในท้องถิ่นเกิดการรักและหวงแหนในท้องถิ่นของตนเองแล้วจึงมาเน้นการแสดงบทบาทในการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการจัดการ โดยให้ความสำคัญกับเรื่องการจัดการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างเต็มศักยภาพ แต่ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการสร้างความเข้าใจในคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องมีคะแนนค่อนข้างน้อย ดังนั้นการสร้างความเข้าใจในคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวแก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องโดยการฝึกอบรมหรือการให้ความรู้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ดี นอกจากนี้ในด้านพื้นที่และด้านกิจกรรมและกระบวนการการจัดกิจกรรมส่งเสริมการสร้างความเข้าใจในคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยวมีการแสดงบทบาทน้อยที่สุด ซึ่งประเด็นเรื่องคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวนับเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากในกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

ทั้งนี้ ข้อมูลเชิงคุณภาพได้เสริมให้เห็นความชัดเจนมากขึ้นด้วยว่า บทบาทขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ยังมีการแสดงบทบาทในขอบเขตที่ค่อนข้างจำกัด ทั้งด้านการมีส่วนร่วม ด้านการจัดการ ด้านพื้นที่และด้านกิจกรรมและกระบวนการ ควรเพิ่มบทบาทต่อไปนี้มากขึ้น อาทิ ในด้านพื้นที่ ควรให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจในการปรับปรุงสภาพพื้นที่ที่ทรุดโทรมให้มีความสวยงามและมีสภาพสมดุลกับธรรมชาติ บางครั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพร้อมเข้าดำเนินการแต่หน่วยงานในท้องถิ่นไม่เอื้อในการดำเนินการ

เท่าที่ควร นอกจากนี้ ในด้านกิจกรรมและกระบวนการ ควรมีการปลุกจิตสำนึกให้ประชาชนเห็นคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวที่ควรอนุรักษ์ และมีการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชนเกิดการตื่นตัวเพื่อร่วมมือกัน อนุรักษ์โบราณวัตถุโบราณสถานในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ผลการวิจัย พบว่า ความคาดหวังของของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.86, S.D. = 0.89) เมื่อผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ประเมินบทบาทของตนในการการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แล้ว ย่อมเกิดแรงจูงใจหรือการกระตุ้นว่าจะต้องส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่เป็นอยู่ให้มีสภาพที่ดีกว่าในปัจจุบัน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จึงพบว่า ความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากในทุกองค์ประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว นอกจากนี้การที่ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความคาดหวังในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก อาจมีสาเหตุมาจากเมื่อประเมินศักยภาพด้านสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่รับผิดชอบหรือในพื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้แล้ว พบว่า มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก บางแห่งค่อนข้างมีชื่อเสียงอยู่แล้ว และบางแห่งที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและได้รับความนิยมได้

ส่วนเมื่อพิจารณารายด้าน ในด้านการมีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านการจัดการ ด้านพื้นที่ และด้านกิจกรรมกระบวนการ แสดงให้เห็นว่าผู้นำองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมีความคาดหวังมากในเรื่องของการมีส่วนร่วม และด้านการจัดการโดยคาดหวังว่าจะให้ประชาชนหรือชุมชนหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวตลอดทั้งกระบวนการมากที่สุด

ทั้งนี้ ข้อมูลเชิงคุณภาพได้เสริมให้เห็นความชัดเจนมากขึ้นด้วยว่า บางครั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพร้อมเข้าจัดการแต่ติดขัดที่ความคิดเห็นในการบริหารจัดการยังไม่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน พื้นที่อำนวยความสะดวก แต่หน่วยงานในท้องถิ่นไม่เอื้อเท่าที่ควร ไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบทางด้านการท่องเที่ยวจึงขาดบุคลากรมาจัดการโดยตรง ที่ผ่านมาภาครัฐและเอกชนไม่ค่อยให้ความสนใจในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มากนัก ระยะหลังเริ่มดำเนินการตามยุทธศาสตร์ในการพัฒนามากขึ้น แต่ยังขาดงบประมาณ ขาดการจัดการให้มีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง หรือมีเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมีความคาดหวังที่อยากจะเห็นความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในเรื่องต่อไปนี้ คือ รัฐต้องมอบความไว้วางใจให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นมากกว่านี้ เพิ่มบทบาทในการบริหารงาน ในการจัดงานเพื่อให้ประชาชนท้องถิ่นได้เข้าวัดดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและคุณภาพชีวิต เช่น การต่อต้านการสร้างโรงงานหรือให้สร้างโรงงานห่างไกลจากชุมชน ให้องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้ยั่งยืน มีการส่งต่อนักท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชัดเจนและสอดคล้องกับแหล่งท้องถิ่นที่อยู่ ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณเพิ่มขึ้นเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยคุณลักษณะของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับบทบาทและความคาดหวัง ในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า เพศต่างกัน บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แตกต่างกัน โดยเพศชาย คิดว่าตนสามารถแสดงบทบาทได้สูงกว่าเพศหญิง ส่วนเพศหญิงคิดว่าตนเองยังไม่มีบทบาทมากนัก ซึ่งดูจากค่าคะแนนเฉลี่ยที่ต่ำกว่าเพศชาย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า อายุต่างกัน บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเนื่องจากงานในความรับผิดชอบและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีการเปลี่ยนแปลงไปตามอายุการทำงานและอายุตัว ดังนั้น อายุจึงเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการแสดงบทบาทมากหรือน้อยได้ โดยกลุ่มที่มีอายุมากจะมีการแสดงบทบาทได้สูงกว่ากลุ่มที่มีอายุน้อย

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า สถานภาพสมรสต่างกัน บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากสถานภาพการสมรสต่างกัน แต่ทุกคนที่ปฏิบัติหน้าที่ล้วนมีบทบาทไม่ทางใดทางหนึ่งในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ตนรับผิดชอบเพื่อให้เกิดผลดีต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ตนเองปฏิบัติหน้าที่อยู่

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า ภูมิลำเนาเดิม และการย้ายมาจากที่อื่นกับบทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเนื่องจากความผูกพัน ทำให้ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในท้องถิ่นนั้นเกิดจิตสำนึกรักบ้านเกิดหรือรักพื้นที่ที่ตนอาศัยอยู่ ทำให้ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ต่างกันไป โดยคนที่มีภูมิลำเนาเดิมจะมีความรักและความหวงแหนถิ่นที่ตนอยู่สูงกว่ากลุ่มผู้นำที่ย้ายภูมิลำเนามาจากถิ่นอื่นๆ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและแลกเปลี่ยนประสบการณ์แก่กันตลอดเวลาทำให้มีแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ไปในแนวทางเดียวกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 6 พบว่า ประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างกัน บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ปฏิบัติงานนานย่อมมีประสบการณ์ในการกำหนดบทบาทค่อนข้างสูงและมีแนวทางในการกำหนดบทบาทเพื่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ดี

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 7 พบว่า ตำแหน่งในการบริหารต่างกัน บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในกลุ่มผู้บริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการกำหนดแนวทางและนโยบายไปทิศทางเดียวกันและให้บทบาทในการแสดงออกเท่าเทียมกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 8 พบว่า อาชีพที่ทำอยู่ในปัจจุบัน นอกเหนือจากองค์กรปกครองท้องถิ่นต่างกัน บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นส่วนใหญ่จะมีความเป็นผู้นำสูงในการเข้ามาบริหารงานในองค์กรปกครองท้องถิ่น จึงมีความเชื่อมั่นในตนเองลักษณะของอาชีพจึงไม่มีความแตกต่างกันในการกำหนดบทบาทต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 9 พบว่า รายได้นอกเหนือจากองค์กรปกครองท้องถิ่น ต่างกัน บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่แตกต่างกันแสดงว่ารายได้ของผู้นำองค์กรปกครองท้องถิ่นไม่มีผลในการกำหนดบทบาทเพราะผู้นำจะมีความสามารถในการกำหนดยุทธศาสตร์ของตัวเองอยู่แล้ว

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 10 พบว่า เพศต่างกัน ความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่ต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากเพศชายและเพศหญิงต่างรับรู้เกี่ยวกับการกำหนดยุทธศาสตร์ในการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน และต่างมีความคาดหวังว่าอยากเห็นกลุ่มที่จังหวัดอีสานใต้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมือนกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 11 พบว่า อายุต่างกัน ความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่ต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องจากในแต่ละช่วงวัยของแต่ละบุคคลอาจมีงานในความรับผิดชอบ และหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย มีการเปลี่ยนแปลงไปตามอายุการทำงานและอายุตัว อย่างไรก็ตาม ขึ้นชื่อว่าเป็นผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมักมีความคาดหวังที่อยากเห็นการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอยู่เสมอ ดังนั้น ไม่ว่าจะมีอายุเท่าใดความคาดหวังจึงไม่แตกต่างกันในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 12 พบว่า สถานภาพสมรสต่างกัน ความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากสถานภาพการสมรสต่างกัน แต่ทุกคนที่ปฏิบัติหน้าที่ล้วนมีความคาดหวังให้ท้องถิ่นที่ตนเองปฏิบัติหน้าที่อยู่มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดผลดีต่อองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของตนเอง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 13 พบว่า ภูมิลำเนาเดิมและการย้ายมาจากที่อื่น ความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องจากการกำหนดยุทธศาสตร์ในการท่องเที่ยวเป็นหน้าที่หลักของผู้นำ เพื่อนำไปพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของตนเอง ดังนั้นผู้นำที่มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ในท้องถิ่นหรือย้ายมาจากที่อื่นๆ ต่างก็มีความคาดหวังที่อยากเห็นการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอยู่เสมอ จึงมีความคาดหวังในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 14 พบว่า ระดับการศึกษาต่างกัน ความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งอาจเนื่องจาก ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันอาจหมายถึงการพัฒนาทางสติปัญญา อารมณ์ จิตใจและสังคมที่ต่างกัน ทำให้ความคาดหวังของผู้นำแต่ละคนย่อมแตกต่างกันไปด้วย นอกจากนี้ การที่ผู้นำองค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวต่างกัน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากพื้นฐานความรู้ในหลักการด้านต่างๆ ที่ได้เรียนรู้ ย่อมซึมซับองค์ความรู้ด้านต่างๆ ส่งผลให้เกิดมุมมองทัศนคติ และความคาดหวังแตกต่างกันไป โดยกลุ่มผู้ที่มีระดับการศึกษาต่ำจะมีความความคาดหวังในด้านการกำหนดยุทธศาสตร์สูง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 15 พบว่า ประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างกัน ความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์ การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมานาน มีความคาดหวังในการกำหนดยุทธศาสตร์ค่อนข้างสูงเพื่อนำมาพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 16 พบว่า ตำแหน่งในการบริหารต่างกัน ความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในกลุ่มผู้บริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการกำหนดแนวทางและนโยบายไปทิศทางเดียวกัน ดังนั้น ความคาดหวังในการกำหนดยุทธศาสตร์ในการท่องเที่ยวจึงไม่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 17 พบว่า อาชีพที่ทำอยู่ในปัจจุบัน นอกเหนือจากองค์กรปกครองท้องถิ่น ต่างกัน ความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยกลุ่มอาชีพรับเหมาก่อสร้าง มีความคาดหวังในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวค่อนข้างสูงมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ อาจเนื่องมาจากผลของอาชีพ เพราะหากมีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวแล้ว จะทำให้มีรายได้เกิดขึ้นของอาชีพผู้รับเหมาก่อสร้าง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 18 พบว่า รายได้นอกเหนือจากองค์กรปกครองท้องถิ่นต่างกัน ความคาดหวังของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ที่มีรายได้สูงจะมีความคาดหวังต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวค่อนข้างสูง เนื่องจากฐานของรายได้สูงจะมีความคาดหวังว่ายุทธศาสตร์ในด้านการท่องเที่ยวที่กำหนดขึ้นนั้นมีความเป็นไปได้สูง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ในการกำหนดยุทธศาสตร์กลุ่มท่องเที่ยวอีสานใต้ ทั้ง 4 ด้านนั้น ผลการวิจัย พบว่า บทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีการแสดงบทบาทมากในด้านการมีส่วนร่วมด้านการจัดการ ด้านพื้นที่และด้านกิจกรรมและกระบวนการ ตามลำดับ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จึงควรเน้นยุทธศาสตร์ด้านการกำหนดการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการสร้างความเข้าใจในคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวต่อนักท่องเที่ยว

2. บทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการวิจัยพบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.27, S.D. = 0.96) โดยพบว่าประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่างกัน บทบาทของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แตกต่างกัน เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานใน

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 13-16 ปี มีบทบาทแตกต่างกับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่ำกว่า 4 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 9-12 ปี นอกจากนี้ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า หน่วยงานองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยังมีบทบาทจำกัดในด้านอำนาจและหน้าที่ในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ดังนั้น หากหน่วยงานของรัฐต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ควรพิจารณาบทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในทุกมิติ โดยพิจารณาให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้นำชุมชน และประชาชนเพราะแม้ว่าจะมิใช่ผู้มีอำนาจหน้าที่โดยตรงหรือมีงบประมาณดำเนินการ แต่ก็สามารถช่วยให้เกิดความสามัคคี เกิดมีการประสานงานและเชื่อมโยงบูรณาการการพัฒนาจากหน่วยงานท้องถิ่นระดับพื้นที่ที่ใกล้ชิดแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น และลดข้อจำกัดในการพัฒนาของหน่วยงานในการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสนับสนุนด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเป็นมาและประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดพลังในการดำเนินการตามแผนงานยุทธศาสตร์พื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้มีความก้าวหน้าตามลำดับต่อไป

3. ความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ผลการวิจัย พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.86, S.D. = 0.89) โดยในองค์ประกอบของการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ทั้ง 4 ด้านนั้น ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีความคาดหวัง ในด้านการมีส่วนร่วมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาด้านการจัดการด้านพื้นที่และด้านกิจกรรมกระบวนการ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรนำความคาดหวังดังกล่าวมาใช้ให้เป็นประโยชน์ในแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นในพื้นที่ส่วนต่างๆ ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สร้างแรงจูงใจกับกลุ่มผู้บริหาร รวมทั้งแกนนำชุมชนให้มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวตลอดทั้งกระบวนการให้เกิดประโยชน์ร่วมกันมากที่สุด

4. ความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้แตกต่างกันตามระดับการศึกษาของผู้นำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อทดสอบความแตกต่างรายคู่ พบว่า มีความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีจบการศึกษาระดับปริญญาโท กับกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา และกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว แก่ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่ การพัฒนาบุคลากร การส่งเสริมภาวะผู้นำด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวและการจัดสรรงบประมาณให้แก่แหล่งท่องเที่ยวที่ยังมีการพัฒนาไม่มากนัก เพื่อให้สามารถพัฒนาศักยภาพโดยรวมของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ได้อย่างต่อเนื่องและอย่างยั่งยืน

5. ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยเพศ อายุ ภูมิลำเนาเดิม และประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรรับทราบว่าบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนด

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว มีการแสดงบทบาทที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มที่มีภูมิลำเนาเดิมในท้องถิ่น กับกลุ่มที่ย้ายมาจากที่อื่น กลุ่มที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 13-16 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่ำกว่า 4 ปี และกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 9-12 ปี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ควรใช้ปัจจัยเรื่องเพศ อายุ ภูมิลำเนาเดิมและประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมาช่วยในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพบุคคลกรด้านการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ในการจัดการฝึกอบรม/สัมมนา/ประชุม ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรจัดทำหลักสูตรให้สอดคล้องกับระดับอายุหรือวัยและประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพราะการจัดหลักสูตรที่มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายจะช่วยให้การถ่ายทอดความรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและช่วยให้การพัฒนาบทบาทในการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะได้ผลดี มียุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มากขึ้น

6. ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยในด้านระดับการศึกษา ประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อาชีพที่ทำอยู่ในปัจจุบันและรายได้นอกเหนือจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรรับทราบว่า ความคาดหวังของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว คาดหวังที่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับปริญญาโท กับกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา และกับกลุ่มตัวอย่างที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต่ำกว่า 4 ปี กับกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 9-12 ปี หน่วยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรด้านการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ควรใช้ปัจจัยเรื่องเพศ อายุ ระดับการศึกษาและประสบการณ์การปฏิบัติงานในองค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น มาช่วยในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพบุคคลกรด้านการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เนื่องจากผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความคาดหวังในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวสูงอยู่แล้ว

7. จากมุมมองและข้อเสนอแนะของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งมีความคาดหวังในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ การมีส่วนร่วมจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว โดยต้องการมีอำนาจในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ การฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ สนับสนุนให้ทุกภาคส่วนมีบทบาทด้านการท่องเที่ยวเพื่อร่วมมือบริหารจัดการให้กลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งนำเสนอข้อมูลสภาพปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ในเรื่องการสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านการจัดการการท่องเที่ยวและการขาดงบประมาณในการประชาสัมพันธ์เชิงรุก รัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมศิลปากร กรมป่าไม้ ควรเพิ่มบทบาทใน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยอาศัยยุทธศาสตร์พื้นที่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ในการพัฒนาและวางแผนในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีการประสานบูรณาการเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเครือข่ายและเกิดระบบธุรกิจพึ่งพาแบบพันธมิตรระหว่างผู้ประกอบการระดับประเทศ และผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมสนับสนุนการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากที่สามารถจะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและนักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยว ทั้งนี้ ควรมุ่งเน้นการสร้างระบบสาธารณูปโภคให้มีความเหมาะสมและเดินทางสะดวกสบายมากขึ้น สร้างข้อมูลและเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งวัฒนธรรมท้องถิ่นในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมทั้ง กลุ่มเป้าหมายที่ยังไม่มีโอกาสได้รู้จักหรือได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและทั่วถึง

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2538. **นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.** กรุงเทพมหานคร: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง(มหาชน).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2547. **แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2547.** (ออนไลน์) จาก http://www.tat.or.th.

จำเนียร ชุณหโสภาค. 2549. **ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หอการค้าจังหวัดและผู้นำชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์จังหวัดราชบุรี.** รวมบทความการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ปี พ.ศ. 2548 ,สำนักประสานงานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุน สนับสนุนการวิจัย., หน้า 11-27

ดำรง วัฒนา, สุชาดา วัฒนา และ สุริยะ วิริยะสวัสดิ์. 2544. **โครงการศึกษาเบื้องต้น เรื่องระบบการบริหารการจัดการท้องถิ่น.** สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ทศพร ศิริสัมพันธ์. 2539. **การวางแผนเชิงกลยุทธ์** . กรุงเทพฯ : บริษัท พิมพ์ดี จำกัด.

ธเนศวร์ เจริญเมือง . 2543. **100 ปี การปกครองท้องถิ่นไทย พ.ศ. 2440 – 2540.** (พิมพ์ครั้งที่ 3) กรุงเทพฯ. โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.

ประยุทธ สุวรรณโกตา. 2522. **บทบาทผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาชุมชน.** วารสารพัฒนาชุมชน 18 (พฤษภาคม): 32 - 39 น.

เรวดี ไชยพาน. 2523. **พฤติกรรมผู้นำที่เป็นอุปสรรคและ/หรือส่งเสริมงานพัฒนาชุมชน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต(สังคมสงเคราะห์), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุระชัย ขันธภูมิ. 2543. **ประสิทธิผลการให้บริการสาธารณะของเทศบาล.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโท มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

Consuming Behaviors of Sustainable Nature-Based Tourism among Thai and Foreign Tourists in Ko Chang Area, Ko Chang Sub-District, Trat Province

เจษฎา สุทธิอดุม ปวีณา กุลประสูตร อารีรัตน์ สุจิรปัญญา
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

Jedsada Suthiudom, Paweena Kulprasoot, Areerat Sujirapanya
Bangkok University

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการตามกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 8Ps และ 3) ศึกษาแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย คณะผู้วิจัยได้เก็บรวมรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบนเกาะช้าง จำนวน 620 คน แยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 220 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นเพศชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า $2,750 ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะช้างเป็นครั้งแรก โดยเดินทางมากับเพื่อนหรือบุคลากรที่ทำงานเป็นกลุ่มประมาณ 30 คน มูลเหตุจูงใจมาจากความสมบูรณ์ของธรรมชาติบนเกาะช้าง โดยมีลักษณะการจัดการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง พาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถเช่าเหมาคันและรถยนต์ส่วนตัว สถานที่พักแรมเป็นโรงแรมหรือรีสอร์ท ราคาที่พักโดยเฉลี่ยประมาณคืนละ 2,000 บาท และมีระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 3 วัน การจองสถานที่พักแรมจองผ่านบริษัทตัวแทน แหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ เพื่อนหรือการบอกต่อ ซื้อกิจกรรมการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการโดยตรง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม 3 อันดับแรกคือ ดำน้ำชมปะการัง น้ำตื้น เที่ยวน้ำตก และนั่งรถชมทัศนียภาพรอบเกาะ ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ คือ เรื่องถนน

และการคมนาคมบนเกาะช้าง เรื่องราคาสินค้าและบริการ

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยเดินทางมากับเพื่อนหรือครอบครัว/ญาติ ประมาณกลุ่มละ 3 คน มูลเหตุจูงใจมาจากความสมบูรณ์ของธรรมชาติบนเกาะช้าง โดยมีลักษณะการจัดการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง คือ รถโดยสารประจำทางและรถเช่าเหมาคัน สถานที่พักแรมเป็นโรงแรมหรือรีสอร์ทและบังกะโล ราคาที่พักโดยเฉลี่ยประมาณคืนละ 1,500 บาท และมีระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 9 วัน การจองสถานที่พักแรมเดินทางมาจองด้วยตนเอง แหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ เพื่อนหรือการบอกต่อและอินเตอร์เน็ต ซื้อกิจกรรมการท่องเที่ยวจากตัวแทนนำเที่ยวท้องถิ่น กิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยม 3 อันดับแรกคือ ดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น นั่งช้างเที่ยวป่าชมสวนและนั่งรถชมทัศนียภาพรอบเกาะ ปัญหาที่นักท่องเที่ยวประสบ คือ เรื่องมลพิษจากขยะและน้ำเสีย เรื่องถนนและการคมนาคมบนเกาะช้าง

ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นว่าพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์และการบริการสูงที่สุด รองลงไป คือ ด้านจิตวิทยาการบริการและด้านประชาชนที่มีส่วนร่วม ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นว่าพึงพอใจด้านประชาชนที่มีส่วนร่วมสูงที่สุด รองลงไป คือ ด้านจิตวิทยาการบริการและด้านแพ็คเกจทัวร์ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นว่าควรมีการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดในด้านอัตราหรือราคาค่าบริการและด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด นักท่องเที่ยวเห็นว่าแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ควรมีการปรับปรุงเรื่องถนนและการคมนาคมบนเกาะช้าง การรักษาความสะอาดและการอนุรักษ์ธรรมชาติ การเพิ่มชายหาดสาธารณะให้มีจำนวนมากขึ้น

Abstract

The research entitled “Consuming Behaviors of Sustainable Nature-Based Tourism among Thai and Foreign Tourists in Ko Chang Area, Ko Chang Sub-District, Trat Province” aimed to study Thai and foreign tourists’ consuming behaviors in Ko Chang area, investigate the level of opinions of Thai and foreign tourists on service based on the tourism development strategies with the 8Ps marketing mix concept, and examine strategies that suit the target group to promote and develop nature-based tourism in Ko Chang area. The data were collected through a questionnaire from 620 tourists comprising 400 Thai tourists and 220 foreign tourists by stratified random sampling. The results of data analysis were as follows:

Most Thai tourists were female, 21-30 years of age, single, bachelor’s degree graduates, and worked in private companies with a monthly income of 10,001-20,000 baht while most foreign tourists were 21-30 years of age, single, bachelor’s degree graduates, and worked in private companies with an income of more than US$2,750 per month. Regarding tourism behavior, it was found that most Thai tourists visited Ko Chang for the first time. Most of them came with their friends or work colleagues in a group of 30 persons by average. They came to Ko Chang because of the abundance of Ko Chang’s natural beauty. They arranged the trip by themselves and traveled by chartered bus and personal vehicle. They chose to stay about 3 days in a hotel or resort with an average cost of accommodation at 2,000 baht per night. They made a reservation through an agency

and obtained tourism information of Ko Chang from friends and other people. Most Thai tourists bought tourist activities directly from the entrepreneur. The top three activities they chose were snorkeling, visiting waterfall, and taking scenic car excursion around the island. The problems they encountered were road condition and transportation including the price of goods and services.

For foreign tourists, most of them visited Ko Chang for the first time. They traveled with their friends, family, and relative in an average group of 3 people They came to Ko Chang because of the abundance of Ko Chang's natural beauty. They arranged the trip by themselves and traveled by bus or chartered bus. They liked to stay about 9 days in a hotel or resort and bungalow with an average cost of accommodation at 1,500 baht per night. Most of them walked in to make a reservation. The sources of tourism were from their friends, other people, and the Internet. Most foreign tourists selected to buy tourist activities through local tour agency. The top three activities they chose were snorkeling, elephant riding, and taking scenic car excursion around the island. They encountered the problems of pollution from garbage or sewage, road condition and transportation.

Regarding the opinion on Ko Chang's tourist activities based on the marketing mix concept, it was found that Thai tourists had the highest level of satisfaction on services and products followed by service psychology, and by people concerned in tourist activities. Foreign tourists expressed their satisfaction on people concerned in tourist activities the most, followed by service psychology, and by tour packaging. Both Thai and foreign tourists had the same opinion that there should be the improvement of tourist activity expenses and marketing promotion for tourist activities. For tourism development in Ko Chang, there should be the improvement of road and transportation, natural preservation and cleanliness, including the increase of more private beaches.

คำนำ

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ สำหรับเกาะช้าง จังหวัดตราด จัดได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกของประเทศ เนื่องจากเป็นที่รวมของทรัพยากรที่มีคุณค่ามากมาย ทั้งชายหาดที่มีทัศนียภาพอันงดงาม น้ำตก ป่าดิบชื้นและอนุสรณ์สถานทางประวัติศาสตร์ นอกจากนี้แล้วยังอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ทำให้สะดวกสบายที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปยังเกาะช้าง ทำให้ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนเกาะช้างเป็นจำนวนมากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ต้องการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ กรณีของพื้นที่เกาะช้างก็เช่นเดียวกัน เพื่อเป็นการส่งเสริมและจูงใจนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจอยากมาเที่ยวเกาะช้างและสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะช้างต้องการกลับมาเยือนเกาะช้างซ้ำ รวมถึงการบอกต่อในความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะช้างไปยังนักท่องเที่ยวคนอื่น อันจะเป็นการสนับสนุนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้างมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศต่อไป ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนรวมถึงประชาชนในพื้นที่เกาะช้าง จึงควรแสวงหาแนวทาง ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้างให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม การให้บริการการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จำเป็นต้องมีการศึกษาถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามารับบริการด้วยว่าเป็นคนในกลุ่มใด มีแบบแผนพฤติกรรมในการบริโภคการท่องเที่ยวอย่างไร เมื่อมาบริโภคแล้วมีความคิดเห็นต่อการบริการด้านต่างๆ มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นประโยชน์ในการวางแนวนโยบายพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวด้านการจัดกิจกรรมและบริการด้านการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ในขณะเดียวกันก็ต้องไม่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และวิถีชีวิตของชุมชน

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยทางคณะผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้แล้วคณะผู้วิจัยยังได้เก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) กับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลมาสนับสนุนผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการสำรวจ

ประชากร

ในการวิจัยครั้งนี้ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง โดยอาศัยข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่รวบรวมโดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่าในปี 2547 และ 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศดังนี้

	ปี 2547	ปี 2548
นักท่องเที่ยวชาวไทย (คน)	261,841 (72%)	294,240 (68%)
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (คน)	99,624 (28%)	141,282 (32%)
รวม	**361,465**	**435,522**

จากข้อมูลสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวข้างต้น ผู้วิจัยประมาณการว่าในปี 2549 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง ประมาณ 500,000 คน คิดเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณร้อยละ 65 และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศประมาณร้อยละ 35

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง จำนวน 620 คน แยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 220 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยผู้วิจัยได้ใช้ตารางการสุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กำหนดความผิดพลาดในการประมาณไม่เกิน 4% จากประชากร 500,000 คน ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 620 คน (n = 620) จากนั้นจำแนกประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทำการสุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในสัดส่วน 65:35 ดังนั้นจะได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 220 คน

เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ

1. เครื่องมือที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจาก

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ คือ แบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 เป็นความคิดเห็นต่อการบริการของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้างจำแนกตามส่วนประสมทางการตลาด 8 ด้าน (8Ps) โดยมีการให้คะแนนความคิดเห็นเป็น 1-10 คะแนน

ส่วนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด

2. เครื่องมือที่ใช้สำหรับสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยแบบสัมภาษณ์จะเน้นประเด็นที่ความคิดเห็น ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้างและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยคณะผู้วิจัยได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและด้านการตลาด จำนวน 4 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษาที่ใช้ของเครื่องมือ

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอาเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้ว ทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 35 คน (เป็นนักท่องเที่ยวคนละกลุ่มกับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย) นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศระหว่างเดินทางขณะอยู่ในเรือเฟอร์รี่ข้ามจากเกาะช้างมายังฝั่งจังหวัดตราด ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 30 นาที ในช่วงเดือนพฤศจิกายน และเดือนธันวาคม 2549 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 220 คน

2. ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 13 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 7 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลจำแนกตามลักษณะเครื่องมือได้ดังนี้

1. ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานทางสถิติ ได้แก่ สถิติไค-สแควร์ (Chi-Square) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of Variance) และการวิเคราะห์จัดกลุ่ม (Cluster Analysis)

2. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้การสรุปเนื้อหา

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาว-

ต่างประเทศต่อการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีต่อการบริการตามกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 8Ps และ 3) ศึกษาแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้างให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัย พบว่า

ลักษณะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 58.0 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.3 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 64.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 56.8 และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 51.0 มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน และส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 35.5 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.9 และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 43.2 มีรายได้มากกว่า US$2,750 ต่อเดือน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะช้างเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 56.4 สาเหตุที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติบนเกาะช้าง คิดเป็นร้อยละ 69.8 ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นแบบท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 60.1 นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะช้างกับบุคลากรที่ทำงานหรือเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และ 35.8 ตามลำดับ เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นกลุ่มประมาณกลุ่มละ 30 คน พาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางทั้งเที่ยวไป เที่ยวกลับและระหว่างเดินทางบนเกาะเป็นรถเช่าเหมาคันหรือรถยนต์ส่วนตัว ประมาณร้อยละ 40 สถานที่พักแรมเป็นโรงแรม/รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 74.0 มีราคาของสถานที่พักแรมโดยเฉลี่ยประมาณคืนละ 2,100 บาท และมีระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวบนเกาะช้างโดยเฉลี่ยครั้งละ 3 วัน วิธีการจองที่พักใช้การจองผ่านบริษัทตัวแทน คิดเป็นร้อยละ 41.4 นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อนหรือคนรู้จักบอกต่อ คิดเป็นร้อยละ 56.3 การเลือกซื้อกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้างใช้การซื้อจากผู้ประกอบการโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 41.0 ลักษณะการเลือกซื้อกิจกรรมเป็นแบบซื้อครั้งละกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 47.4 กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้างที่นักท่องเที่ยวนิยมทำ 3 อันดับแรก คือ กิจกรรมดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น กิจกรรมเที่ยวน้ำตกและกิจกรรมนั่งรถยนต์ชมทัศนียภาพรอบเกาะ สถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ คือ หาดทรายขาว น้ำตกคลองพลูและเกาะหมาก เกาะรัง นักท่องเที่ยวมีความต้องการจะกลับมาเยือนเกาะช้างอีก คิดเป็นร้อยละ 70.2

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะช้างเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 75.8 สาเหตุที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพราะความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติบนเกาะช้าง คิดเป็นร้อยละ 75.5 ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นแบบท่องเที่ยวด้วยตนเอง คิดเป็นร้อยละ 80.6 นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะช้างกับเพื่อน หรือบุคคลในครอบครัว/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 46.4 และ 37.7 ตามลำดับ มีจำนวนบุคคลที่ร่วมเดินทางมาโดยเฉลี่ย 3-4 คน พาหนะที่นักท่องเที่ยว

ใช้ในการเดินทางเที่ยวไปและเที่ยวกลับเป็นรถโดยสารประจำทางและรถเช่าเหมาคัน ประมาณร้อยละ 35 ส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางระหว่างอยู่บนเกาะเป็นรถโดยสารประจำทาง (รถสองแถวรับจ้างบนเกาะช้าง) คิดเป็นร้อยละ 46.8 สถานที่พักแรมเป็นโรงแรม/รีสอร์ท และบังกะโล คิดเป็นร้อยละ 53.9 และ 44.3 ตามลำดับ ราคาของสถานที่พักแรมโดยเฉลี่ยประมาณคืนละ 1,500 บาท และมีระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวบนเกาะช้างโดยเฉลี่ยครั้งละ 8-9 วัน วิธีการจองที่พักใช้การเดินทางมาจองด้วยตนเองที่เกาะช้างคิดเป็นร้อยละ 50.9 นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนเกาะช้างจากอินเตอร์เน็ต เพื่อนหรือคนรู้จักบอกต่อและสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 52.7 50.5 และ 44.5 ตามลำดับ การเลือกซื้อกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้างใช้การซื้อจากตัวแทนนำเที่ยวในท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 60.0 ลักษณะการเลือกซื้อกิจกรรมเป็นแบบซื้อครั้งละกิจกรรม คิดเป็นร้อยละ 71.7 กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้างที่นักท่องเที่ยวนิยมทำ 3 อันดับแรก คือ กิจกรรมดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น กิจกรรมนั่งช้างเที่ยวป่าชมสวน กิจกรรมนั่งรถยนต์ชมทัศนียภาพรอบเกาะ สถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจ คือ หาดทรายขาว หมู่บ้านชาวประมงบางเบ้า และหาดคลองพร้าว นักท่องเที่ยวมีความต้องการจะกลับมาเยือนเกาะช้างอีก คิดเป็นร้อยละ 66.5

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดของกิจกรรมการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และการบริการของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด รองลงไป คือ ด้านจิตวิทยาการบริการ ด้านประชาชนที่มีส่วนร่วม ด้านแพ็คเกจทัวร์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านอัตราหรือราคาค่าบริการ โดยมีคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านเท่ากับ 7.42 7.08 7.06 7.04 6.67 6.61 6.40 และ 6.18 คะแนนตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อด้านประชาชนที่มีส่วนร่วมมากที่สุด รองลงไปคือด้านจิตวิทยาการบริการ ด้านแพ็คเกจทัวร์ ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านอัตราหรือราคาค่าบริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีคะแนนเฉลี่ยในแต่ละด้านเท่ากับ 7.86 7.57 7.53 7.35 7.30 7.24 6.94 และ 6.89 คะแนนตามลำดับ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้างของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้างเป็นดังนี้

ตารางที่ 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พฤติกรรมในการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง	ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยว	✓	-	-	-	-	✓
ลักษณะการเดินทางมาเที่ยว	-	-	-	✓	✓	-

พฤติกรรมในการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง	ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
บุคคลที่ร่วมเดินทาง	-	✓	✓	-	✓	-
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง	-	-	-	✓	✓	-
สถานที่พักแรม	✓	✓	-	✓	✓	-
วิธีการจองสถานที่พักแรม	-	-	-	✓	✓	-
ราคาที่พักแรม	-	-	-	✓	✓	✓
แหล่งที่ให้ข้อมูลข่าวสาร	-	-	-	-	✓	-
แหล่งที่ซื้อกิจกรรมท่องเที่ยว	-	-	-	✓	✓	-
ลักษณะการเลือกซื้อกิจกรรม	-	-	-	-	✓	-
การกลับมาเยือนซ้ำ	-	-	✓	-	-	-

หมายเหตุ ช่องที่มีเครื่องหมาย ✓ แสดงว่าปัจจัยข้อมูลส่วนตัวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้างมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ α = 5 %

ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้างเป็นดังนี้

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลส่วนตัวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

พฤติกรรมในการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง	ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ					
	เพศ	อายุ	สถานภาพ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้
จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยว	✓	✓	-	✓	-	-
บุคคลที่ร่วมเดินทาง	✓	✓	✓	-	-	-
สถานที่พักแรม	-	✓	✓	-	-	-
วิธีการจองสถานที่พักแรม	-	✓	✓	-	-	-
ราคาที่พักแรม	-	✓	✓	-	-	✓
ระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว	-	-	✓	-	-	✓
แหล่งที่ซื้อกิจกรรมท่องเที่ยว	-	-	✓	-	✓	-
การกลับมาเยือนซ้ำ	-	-	-	✓	-	-

การจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวตามคะแนนความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง

จากข้อมูลคะแนนความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้างของนักท่องเที่ยวชาวไทย นำมาวิเคราะห์จัดกลุ่มตามระดับคะแนนความคิดเห็นได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคะแนนความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับค่อนข้างสูง (7-8 คะแนน) มีจำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6 โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์และการบริการด้านจิตวิทยาการบริการ และด้านประชาชนที่มีส่วนร่วมมากที่สุด กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคะแนนความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับค่อนข้างต่ำ (4-5 คะแนน) มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 12.47 โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ไม่พึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านพันธมิตรทางธุรกิจและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีคะแนนความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลาง (5-6 คะแนน) มีจำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 44.04

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เมื่อนำคะแนนความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดของกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้างมาวิเคราะห์จัดกลุ่มตามระดับคะแนนความคิดเห็นได้ 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคะแนนความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับปานกลาง (6-7 คะแนน) มีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 44.76 กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคะแนนความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับสูง (8 คะแนน) มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 39.16 โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีความพึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในด้านประชาชนที่มีส่วนร่วม ด้านจิตวิทยาการบริการ และด้านแพ็คเกจทัวร์มากที่สุด กลุ่มที่ 3 เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคะแนนความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในระดับค่อนข้างต่ำ (5 คะแนน) มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 16.08 โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ไม่พึงพอใจส่วนประสมทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการและด้านอัตราหรือราคาค่าบริการของกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง

ข้อสรุปการเสนอแนะสำหรับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง

นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะช้าง ได้แก่ เรื่องถนนบนเกาะช้างที่มีลักษณะแคบ ไม่มีไหล่ทาง คดโค้งและลื่น ไม่มีแสงสว่างตอนกลางคืน ดังนั้นภาครัฐควรหาแนวทางในการปรับปรุงถนนให้มีความปลอดภัยต่อการขับขี่ยานพาหนะให้มากขึ้นหรือจัดเจ้าหน้าที่ดูแลการจราจร เรื่องการทำลายสภาพแวดล้อมบนเกาะช้าง เช่น การถางป่าเพื่อนำพื้นที่มาก่อสร้างอาคาร สถานที่พักแรม การเผาขยะซึ่งก่อให้เกิดมลภาวะทางอากาศ การปล่อยน้ำเสียลงทะเลของสถานประกอบการที่พักและร้านค้า ทำให้น้ำทะเลสกปรก ก่อให้เกิดมลพิษทางน้ำ ซึ่งภาครัฐ ภาคธุรกิจและภาคประชาชน ควรมีการประชุมและร่วมมือกันในการหาแนวทางป้องกันและแก้ไขปัญหาเรื่องการทำลายสิ่งแวดล้อมบนเกาะช้าง เรื่องชายหาดสาธารณะมีจำนวนน้อย เกาะช้างมีชายหาดจำนวนมาก แต่นักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวชายหาดได้ไม่กี่แห่ง เนื่องจากชายหาดส่วนใหญ่เป็นของส่วนตัว สถาน

ประกอบการที่เป็นเจ้าของชายหาดไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้พักในสถานประกอบการเข้าไปทำกิจกรรมบนชายหาดได้ ดังนั้นภาครัฐและภาคธุรกิจ ควรร่วมมือกันในการขอให้เจ้าของสถานประกอบการช่วยเปิดชายหาดส่วนตัวให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปทำกิจกรรมได้บ้างในบางกิจกรรม

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่นำเสนอข้างต้น ผู้วิจัยสามารถอภิปรายประเด็นหลักๆ ได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่นิยมไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวชายทะเล รวมทั้งเกาะช้างด้วย เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยเริ่มต้นทำงาน สาเหตุที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวบนเกาะช้างเนื่องจากความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติบนเกาะช้าง และระยะทางในการเดินทางไม่ไกลมากนัก เนื่องจากเกาะช้างตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ใช้เวลาในการเดินทางจากกรุงเทพไปถึงเกาะช้างประมาณ 4-5 ชั่วโมง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ในช่วงสุดสัปดาห์ หรือช่วงวันหยุด

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวบนเกาะช้างเป็นแบบท่องเที่ยวด้วยตนเอง (FIT) และสาเหตุที่จูงใจให้มาท่องเที่ยวบนเกาะช้างเพราะความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติบนเกาะช้าง ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐภาคธุรกิจและภาคประชาชนบนเกาะช้างจึงควรช่วยกันดูแล และรักษาทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่บนเกาะช้างให้คงความอุดมสมบูรณ์ไว้ เนื่องจากเป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวชาวไทยบางส่วนที่เดินทางเป็นกลุ่มกับบุคลากรที่ทำงานหรือเพื่อนในลักษณะกลุ่มขนาดใหญ่และมีลักษณะการจัดการท่องเที่ยวแบบกลุ่มที่ได้รับรางวัล ซึ่งการเดินทางจะใช้รถเช่าเหมาคันพักแรมในโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีราคาค่อนข้างสูงประมาณคืนละ 2,100 บาท และมีระยะเวลาในการท่องเที่ยวประมาณ 2-3 วัน เนื่องจากหน่วยงานหรือองค์กรที่จัดการท่องเที่ยวแบบกลุ่มที่ได้รับรางวัลเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวให้กับบุคลากรในองค์กรหรือหน่วยงานทั้งหมด ดังนั้นการเลือกสถานที่พักแรมจึงมีราคาอยู่ในระดับค่อนข้างสูงเพื่อเป็นการตอบแทนและให้รางวัลกับบุคลากรขององค์กร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูง เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว และยังเป็นกลุ่มคนที่มีรายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง ดังนั้นสถานประกอบการจึงควรให้ความสนใจลูกค้ากลุ่มนี้ และควรมีการทำประชาสัมพันธ์ไปที่หน่วยงานหรือองค์กรโดยตรง

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมเดินทางกับเพื่อนหรือบุคคลในครอบครัว/ญาติเป็นกลุ่มขนาดเล็ก 3-4 คน ต้องการความเงียบสงบ และนิยมเช่ารถจักรยานยนต์ หรือรถยนต์เดินทางท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ดังนั้นธุรกิจการเช่ารถจักรยานยนต์และรถยนต์บนเกาะช้างซึ่งมีจำนวนมากควรมีการกำหนดอัตราค่าบริการที่แน่นอนและแสดงเป็นภาษาต่างประเทศให้นักท่องเที่ยวทราบถึงอัตราค่าเช่า สถานที่พักแรมที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนิยมคือโรงแรมหรือรีสอร์ทและบังกะโล ที่มีอัตราค่าที่พักถูกกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย แต่มีจำนวนวันที่พักแรมมากว่าคนไทย ดังนั้นสถานที่พักแรมจึงควรมีการบริการที่สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว การรับทราบข่าวสารการท่องเที่ยวหรือแหล่งที่นักท่องเที่ยวใช้ในการหาข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศได้จากเพื่อนหรือการบอก

ต่อจากคนที่รู้จัก นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหาข้อมูลการท่องเที่ยวเพิ่มเติมจากอินเตอร์เน็ต ทำให้ทราบได้ว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวบนเกาะช้างผ่านสื่อต่างๆ ยังเข้าไม่ถึงนักท่องเที่ยวมากนัก มีเพียงสื่ออินเตอร์เน็ตเท่านั้นที่เริ่มเข้ามามีบทบาทสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ดังนั้นภาครัฐหรือภาคธุรกิจ ควรมีการทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตให้มากขึ้นและควรแสดงรายละเอียดเป็นภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษ เพื่อความเข้าใจของชาวต่างประเทศด้วย

การเลือกซื้อกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้างนักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อที่ละกิจกรรม โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะไปซื้อกิจกรรมการท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการโดยตรง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะนิยมไปซื้อกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านตัวแทนนำเที่ยวท้องถิ่น แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการบางธุรกิจในท้องถิ่น ยังไม่มีความสามารถในเรื่องการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต้องพึ่งตัวแทนนำเที่ยวท้องถิ่นซึ่งมีความสามารถในด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว สำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นักท่องเที่ยวนิยมทำกัน พบว่า ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมกิจกรรมดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น ซึ่งมีสถานที่ในการดำน้ำอยู่หลายแห่ง รอบๆ เกาะช้าง กิจกรรมเที่ยวน้ำตก ซึ่งเกาะช้างมีน้ำตกอยู่หลายแห่ง ทั้งที่เดินทางเข้าไปได้ด้วยรถยนต์และต้องเดินเท้าเข้าป่าไปหลายกิโลเมตรกว่าจะถึงน้ำตก กิจกรรมนั่งรถยนต์ชมทัศนียภาพรอบเกาะช้าง เนื่องจากเกาะช้างมีถนนเกือบรอบเกาะเป็นถนนลักษณะรูปตัวยู (U) และมีความแตกต่างทางภูมิประเทศและแหล่งท่องเที่ยวระหว่างเกาะช้างด้านทิศตะวันออกซึ่งเป็นหาดหิน หมู่บ้านชาวประมง สวนผลไม้และที่พักแบบโฮมสเตย์ ส่วนเกาะช้างด้านทิศตะวันตกเป็นหาดทราย แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ที่พักประเภทโรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร ธนาคาร และสาธารณูปโภคต่างๆ นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศยังนิยมกิจกรรมนั่งช้างเที่ยวป่าชมสวน เนื่องจากบนเกาะช้างมีปางช้างที่ให้บริการถึง 3 ปาง และมีเส้นทางให้ช้างเดินเข้าไปในป่าและสวนผลไม้ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ต้องการกลับมาเยือนเกาะช้างอีก เนื่องจากเกาะช้างมีสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลาย

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์และการบริการด้านจิตวิทยาการบริการ ด้านประชาชนที่มีส่วนร่วม และด้านแพ็คเกจทัวร์อยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านการตลาดที่สำคัญสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง คือ ผลิตภัณฑ์ (สถานที่ แหล่งท่องเที่ยว) และการบริการ อัธยาศัยไมตรีและความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นคุณสมบัติของคนไทยที่มีต่อนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวบนเกาะช้างควรมุ่งเน้นส่งเสริมและพัฒนาปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในเรื่องความสะอาด ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้าง และเรื่องการบริการของพนักงาน ปัจจัยการตลาดด้านจิตวิทยาการบริการในเรื่องความเป็นมิตร ความมีน้ำใจของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อนักท่องเที่ยวและเรื่องจิตสำนึกการบริการของพนักงาน ปัจจัยการตลาดด้านประชาชนที่มีส่วนร่วมในเรื่องอัธยาศัยไมตรีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกันและเรื่องอัธยาศัยไมตรีของชาวบ้าน/เจ้าหน้าที่รัฐ/พนักงานบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านแพ็คเกจทัวร์ในเรื่องความหลากหลายของ

แพ็คเกจทัวร์ที่มีจำหน่ายบนเกาะช้าง และเรื่องความเหมาะสมของเวลาและสถานที่ในการจัดกิจกรรมตามแพ็คเกจทัวร์ สำหรับส่วนประสมทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุง คือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดในเรื่องการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ๆ บนเกาะช้าง และเรื่องการจัดกิจกรรมให้ส่วนลดตามงานแสดงสินค้าหรืองานท่องเที่ยวต่างๆ และปัจจัยด้านอัตราหรือราคาค่าบริการในเรื่องอัตราค่าโดยสารของรถประจำทางบนเกาะช้าง เรื่องราคาอาหารบนเกาะช้าง และราคาที่พักแรมบนเกาะช้าง ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่ามีราคาแพงมากเกินไป ควรมีการควบคุมและตรวจสอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะช้างแบบท่องเที่ยวด้วยตนเอง (FIT) ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้างให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต และสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้มากที่สุด ควรมีการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะเรื่องถนน และระบบการคมนาคมบนเกาะช้าง

2) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในลักษณะเป็นกลุ่มที่ได้รับรางวัลมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นและเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ดังนั้นสถานประกอบการบนเกาะช้างควรเตรียมความพร้อมสำหรับการบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น ห้องประชุมขนาดใหญ่ ห้องพักจำนวนมาก ห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่ การจัดกิจกรรมกลุ่มขนาดใหญ่ เพื่อมุ่งเน้นการบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นการสร้างความประทับใจ เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังซื้อสูงเนื่องจากมีรายได้อยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างสูง สถานประกอบการจึงควรเน้นคุณภาพการบริการ และความปลอดภัย นอกจากนี้สถานประกอบการควรมีการทำประชาสัมพันธ์สำหรับการท่องเที่ยวแบบกลุ่มที่ได้รับรางวัล โดยเน้นการขายหรือประชาสัมพันธ์แบบเข้าถึงโดยตรงไปตามหน่วยงานหรือองค์กร

3) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่มีลักษณะการเลือกสถานที่พักแรมบนเกาะช้างแบบเดินเข้ามาจองด้วยตนเอง ดังนั้นสถานประกอบการด้านที่พักแรมควรส่งเสริมความรู้เรื่องภาษาต่างประเทศให้กับพนักงานของสถานประกอบการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบนเกาะช้างเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสูงถึงร้อยละ 35-40 และมีระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวและอยู่บนเกาะช้างนานประมาณ 8-9 วัน ทำให้มีการใช้จ่ายเงินในด้านการท่องเที่ยวบนเกาะช้างค่อนข้างสูง นอกจากนี้สถานประกอบการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวบนเกาะช้างก็ควรมีการอบรมพนักงานให้มีความรู้เรื่องภาษาต่างประเทศและผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับที่เป็นภาษาต่างประเทศแจกให้นักท่องเที่ยวตามสถานที่พักแรมบนเกาะช้างเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แบบเข้าถึงตัวนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น นักท่องเที่ยวจะได้เดินทางมาเลือกซื้อกิจกรรมการท่องเที่ยวกับสถานประกอบการได้โดยตรง เป็นการลดค่าใช้จ่ายการขายกิจกรรมการท่องเที่ยวผ่านตัวแทนนำเที่ยวท้องถิ่น

4) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีสาเหตุที่เลือกมาท่องเที่ยวบนเกาะช้างเพราะความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทาง

ธรรมชาติ ดังนั้นจุดขายของเกาะช้างก็ คือ เรื่องความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น บุคคล องค์กร หรือหน่วยงานต่างๆ บนเกาะช้าง จึงควรร่วมมือกันรักษาความเป็นธรรมชาติ และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะช้าง โดยพยายามรณรงค์และสร้างจิตสำนึกเรื่องการรักษาความสะอาด การอนุรักษ์และการมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวให้กับผู้ประกอบการ ประชาชนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบนเกาะช้าง เช่น การจัดโครงการเก็บขยะใต้น้ำ โครงการผูกทุ่นรอบแนวปะการัง โครงการประกวดหาดสะอาดหน้าสถานที่พักแรม เป็นต้น

5) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความพึงพอใจต่อปัจจัยการตลาดในด้านจิตวิทยาการบริการ และด้านประชาชนมีส่วนร่วมค่อนข้างสูง โดยเฉพาะเรื่องอัธยาศัยไมตรี ความมีน้ำใจของพนักงาน เจ้าหน้าที่ของรัฐ และประชาชนบนเกาะช้าง ซึ่งเป็นเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวซ้ำอีก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์และปลูกฝังให้ บุคคลในภาคีต่างๆ ทั้งภาคธุรกิจ หน่วยงานของรัฐและภาคประชาชน ยังคงความมีน้ำใจและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี เป็นเจ้าบ้านที่ดี มีรอยยิ้มที่เต็มใจต้อนรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการสร้างความประทับใจที่ดีต่อนักท่องเที่ยว ควรมีการรณรงค์เป็นระยะๆ เพื่อกระตุ้นเตือนความมีจิตสำนึกในด้านการบริการ

6) นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวบนเกาะช้างด้วยรถเช่าเหมาคัน หรือใช้บริการรถสาธารณะ (รถสองแถว) ซึ่งบนเกาะช้างมีบริการรถสองแถวเพียง 1 บริษัท และมีราคาค่าบริการที่แพง โดยเฉพาะถ้ามีการเช่าเหมาคันค่าบริการประมาณครั้งละ 1,500-2,500 บาท นอกจากนี้พนักงานที่ขับรถสาธารณะ (รถสองแถว) ยังไม่มีความสามารถในด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ทำให้มีการเข้าใจคลาดเคลื่อนในเรื่องสถานที่และอัตราค่าบริการระหว่างนักท่องเที่ยวกับพนักงานขับรถ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรหาทางแก้ไข ไม่ให้มีการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวและควรส่งเสริมให้พนักงานขับรถสาธารณะมีความรู้เรื่องภาษาต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น เช่น เพิ่มจำนวนบริษัทที่ให้บริการรถสาธารณะ หรือเพิ่มจำนวนรถสองแถวให้มากขึ้น เพื่อจะได้เกิดการแข่งขันกัน หรือกำหนดราคาค่าบริการที่เป็นมาตรฐาน รวมถึงมีบริการเช่ารถมอเตอร์ไซต์ หรือรถเช่า 4 ล้อ ที่ท่าเทียบเรือ เพื่อเพิ่มทางเลือกให้นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้นำรถยนต์ส่วนตัวมาเอง

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549. **จำนวนผู้เยี่ยมเยือนเกาะช้าง จังหวัดตราด ปี 2547.** ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2549 จาก http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/225/2004%20trat-kohchang%20book.xls

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549. **จำนวนผู้เยี่ยมเยือนเกาะช้าง จังหวัดตราด ปี 2548.** ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2549 จาก http://www2.tat.or.th/stat/download/tst/381/48%20kohchang%20trat_B.xls

กัลยา สมมาตย์. 2541. **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลใน**

เขตจังหวัดเพชรบุรี. ปริญญานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ฉันทัช วรรณถนอม. 2544. **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธีระวิทย์ พรายแย้ม. 2545. **การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. 2538. **พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวไทย.** กรุงเทพมหานคร. สาขาวิชาสังคมศาสตร์และมนุษย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประกาศิต ทองเจือเพชร. 2543. **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา.** วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. สาขาวิทยาการจัดการ. 2544. **เอกสารการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** (Introduction to Tourism Industry) **หน่วยที่ 8-15.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541. **กลยุทธ์การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีศึกษา.** กรุงเทพมหานคร : บริษัทธีระฟิล์ม และไซแท็กซ์จำกัด.

ศุภร เสรีรัตน์. 2540. **พฤติกรรมผู้บริโภค.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2537. **การศึกษาขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวและการจัดทำแผนปฏิบัติการการพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่เกาะและชายทะเล จังหวัดตราด.** กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

Collier, Alan and Harryway, Sue. **The New Zealand Tourism Industry.** Auckland:Logman, 1997.

Kotler, philip. **Marketing Management.** The Millennium ed. Uper Saddle River: Prentice-Hall., 2000.

John Swarbrooke. 2000. **Sustainable Tourist Management.** Oxen: Cabi Publicing.

แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอ เกาะช้าง จังหวัดตราด

Touring Route Maps to Promote Sustainable Natural Tourism on Chang Island, Ko Chang Sub-District, Trat Province

ปิติพร จูปราง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Pitiporn Juprang
Rajamangala University of Technology Krungthep

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว และวิเคราะห์เส้นทางของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้างเดิม และสร้างแผนที่เสนอแนะเส้นทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้างใหม่ โดยนำเอาระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพื้นที่มาช่วยในการวิจัย พื้นที่ที่ทำการศึกษา ได้แก่ ตำบลเกาะช้างและตำบลเกาะช้างใต้ ในการศึกษาความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยว ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ สำหรับการศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม ใช้การสืบค้นข้อมูลของผู้ประกอบการ ส่วนการสร้างแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ในการประเมินผลเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ใช้แบบสอบถาม จากตัวอย่างที่สุ่มโดยใช้วิจารณญาณจำนวน 25 ตัวอย่าง แล้วจึงนำผลที่ได้มาสร้างแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยว ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถามจำนวนสี่ร้อยตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยหาค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว มีความหนาแน่นทางทิศตะวันออกมากกว่าทิศตะวันตกตั้งแต่ 3 ถึง 5 เท่า เนื่องจากสภาพสิ่งแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และความนิยมลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนเส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเดิม ไม่มีการกระจายออกไปสู่บริเวณอื่นๆ สำหรับแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

Abstract

The aims of this research were to study the density of natural tourism attractions on Ko Chang, to analyze the current route of Ko Chang's natural tourism attractions, and to build a guide map of these attractions. The areas of study were located at Ko Chang and South Ko Chang districts only. The research methodologies were categorized into four stages. Firstly, the secondary data was gathered from the Internet to investigate the current route of natural

tourism attractions. After that, geographical information technology was employed to define an appropriate density of the attractions. A new route of Ko Chang's natural tourism attractions was introduced to 25 entrepreneurs through interviews and survey research. Lastly, a new guide map was built and 400 tourists' satisfactions survey were utilized as sampling. The ready-made computer program was employed for data interpretation the maximum and minimum values, mean and standard deviation.

The research results revealed that the density of natural tourism attractions of the eastern part were found more than the western part at 3 to 5 times due to the environmental location of geography and popular excursions, including facilities for Thai tourist. Neither natural route of tourism nor excursion was observably spreading into other areas but remained at the same areas. In addition, for the new guide map to visit Ko Chang's natural for tourism attractions and excursions, the high satisfaction was perceived.

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศเป็นอันมาก ดังนั้นการมีการประชาสัมพันธ์หรือการทำการตลาดเป็นอย่างดีจะเป็นการทำให้ธุรกิจนี้ สามารถเจริญรุ่งเรืองทำรายได้เป็นอย่างมาก ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวของประเทศมีหลายประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือทางธรรมชาติ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางที่อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะทางทะเลหรือเกาะแก่งต่างๆ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและข้อมูลสารสนเทศที่นักท่องเที่ยวต้องการทราบเพื่อใช้ในการตัดสินใจในการเดินทาง ได้แก่ เส้นทางการเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พัก สิ่งอำนวยสะดวก และแหล่งบริการนักท่องเที่ยวต่างๆ ที่ชัดเจน ดังนั้น การเผยแพร่ข้อมูลประชาสัมพันธ์ สามารถทำได้หลายรูปแบบทั้งจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ ป้ายประกาศ แผ่นพับ อินเตอร์เน็ต เป็นต้น จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นสภาพปัจจุบันเทคโนโลยีเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์และสารสนเทศ ได้พัฒนาไปอย่างกว้างขวาง ข้อมูลสารสนเทศอย่างหนึ่งที่สำคัญ ได้แก่ ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (GIS) ซึ่งเป็นข้อมูลจากภาพถ่ายดาวเทียมของกรมแผนที่ทหาร โดยลักษณะข้อมูลเป็นดิจิตอล จัดเก็บเป็นฐานข้อมูล (Database) มีความถูกต้องสูง เหมาะอย่างยิ่งในการนำมาพัฒนาร่วมกับการประชาสัมพันธ์และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในลักษณะแผนที่เพื่อการท่องเที่ยว ผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ซึ่งสามารถแสดงให้ผู้ที่สนใจหรือนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาได้สะดวกรวดเร็ว ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในด้านการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว และเส้นทางคมนาคม เพื่อให้สามารถส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวแก่ผู้ที่สนใจได้เป็นอย่างดีทั้งภายในและภายนอกประเทศ

สำหรับจังหวัดตราด เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีทรัพยากรธรรมชาติผสมผสานกันหลายอย่าง คือ ทรัพยากรป่าไม้ ภูเขาและหมู่เกาะต่างๆ โดยมีเกาะช้างเป็นเกาะขนาดใหญ่รองจากเกาะภูเก็ต ลักษณะเป็นเขาสูง มีผาสลับซับซ้อน มีสภาพป่าสมบูรณ์ ส่วนใหญ่เป็นป่าดงดิบและเป็นต้นน้ำของน้ำตกหลายแห่งบนเกาะ นอกจากนี้ ยังมีเกาะเล็กเกาะน้อยอยู่โดยรอบ ซึ่งแต่ละเกาะมีชายหาดและปะการังทั้งน้ำตื้นและน้ำลึกที่สวยงาม ทำให้หมู่เกาะช้างได้รับขนานนามว่า "อันดามันแห่งภาคตะวันออก" หรือชายฝั่งทะเลอ่าวไทย ปัจจุบันกำหนดให้เกาะช้างเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยพระราชกฤษฎีกา จัดตั้งองค์การ

บริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2546 : 1-24) เนื่องจากได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมาก ทำให้เกิดผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมบนเกาะช้างอย่างชัดเจน เช่นการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อรองรับธุรกิจท่องเที่ยว วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้าน ปรับเปลี่ยนเป็นการดำเนินกิจการเรือจ้าง เป็นต้น การศึกษาโครงการนี้ เพื่อนำเอาฐานข้อมูลที่ได้จากระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ มาประยุกต์ใช้กับการหาความหนาแน่น เส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ รวมทั้งการจัดทำแผนที่เส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง
2. เพื่อวิเคราะห์เส้นทางการแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้างเดิม
3. เพื่อสร้างแผนที่เสนอแนะเส้นทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้างใหม่

วิธีการศึกษา

ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไป,สถานที่ท่องเที่ยวและเส้นทางคมนาคมของเกาะช้างจังหวัดตราด ทฤษฎีของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์และทฤษฎีของระบบฐานข้อมูลในระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์

ศึกษาความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง จากการวิเคราะห์ข้อมูลของระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์

ศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมใช้การสำรวจและหาข้อมูลจากผู้ประกอบการ

การสร้างแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวใหม่โดยใช้การประเมินผลจากแบบสอบถามเกี่ยวกับเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่

ประเมินความพึงพอใจต่อแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย

ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมทางด้านสถิติ หาค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ข้อค้นพบ

1. สถานที่ใดที่มีนักท่องเที่ยวมากจะปรากฏที่พักอยู่เป็นจำนวนมากเช่นกัน โดยมีหลากหลายระดับของราคาและประเภทของที่พัก ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ สถานที่พักที่มีไว้สำหรับนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีที่พักที่มีไว้กับผู้ติดตามหรือผู้ที่มาประกอบอาชีพบนเกาะช้าง ดังนั้น ราคาที่พักจะมีเป็นแบบรายวันและรายเดือน

2. สถานที่พักส่วนใหญ่ต้องการเผยแพร่บนระบบอินเตอร์เน็ต แต่ขาดแนวทางการดำเนินงาน

3. เนื่องจากการที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากในช่วงเทศกาลต่างๆ ทำให้มีการสร้างสถานที่พักขึ้นมาก จนปัจจุบันเกินความต้องการ มักจะแอบแฝงอยู่ตามร้านอาหาร ไม่มีการจดทะเบียนและไม่เสียภาษี รัฐไม่ทราบถึงจำนวนสถานประกอบการทั้งหมด และไม่สามารถบริหารจัดการอย่างเป็นระบบได้

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มใหญ่ที่เข้ามาจะมาในรูปมาจัดสัมมนา

5. ในฤดูแล้งปริมาณน้ำมีน้อย สถานที่

ท่องเที่ยวบางแห่งไม่สามารถเข้าไปเที่ยวได้ เช่น น้ำตกต่างๆ นอกจากนี้ที่พักบางแห่ง ยังขาดแคลนน้ำจืดบริการนักท่องเที่ยว

5. ถนนหนทางด้านตะวันออก มีลักษณะคดเคี้ยวน่ากลัว ไม่เหมาะสำหรับนักขับรถที่ขาดความชำนาญ

6. อาหารที่ขายอยู่ตามถนนหนทางขาดคุณภาพ แต่ราคาสูง

7. บริเวณริมทางไม่มีระเบียบ ร้านค้าระเกะระกะ และมีการบุกรุกริมถนน ทำให้ถนนแคบและอาจมีอันตรายจากรถยนต์ได้ง่าย

8. มีการบุกรุกชายหาด โดยการปลูกที่พักแล้วขายอาหารและสุรา ในเวลากลางคืน อาจเป็นแหล่งมั่วสุมได้ง่าย

9. เกาะช้างจะเป็นเกาะสวรรค์ได้ ถ้าทุกคนช่วยกันดูแลธรรมชาติให้อยู่ตลอดไป โดยควรมีช่วงเวลาของการบำรุงรักษาแหล่งธรรมชาติบ้าง

ข้อเสนอแนะ

จากผลของการวิจัย ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะ 2 ด้าน คือ ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ความหนาแน่นที่ศึกษานั้น เป็นการศึกษาในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยว มิได้ศึกษาถึงสิ่งก่อสร้างหรือสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งมิได้ศึกษาถึงประชากรหรือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวบนเกาะช้าง

2) เส้นทางการท่องเที่ยวที่เสนอแนะ อาจมีการปรับเปลี่ยนมาความเหมาะสม โดยคำนึงถึงปัจจัยอื่นๆ นอกจากระยะทาง

3) แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวนี้ ควรประมวลผลอยู่บนระบบอินเตอร์เน็ต เพื่อเป็นประโยชน์สูงสุดต่อนักท่องเที่ยวในการสืบค้นหาข้อมูล

4) แผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวนี้ มีระบบสองภาษาคือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1) ควรศึกษากิจกรรมต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นว่า เหมาะสมตามฤดูกาล เหมาะสมกับระบบนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกิจกรรมที่มีอยู่จำนวนมากหรือน้อยเกินไปจากความต้องการ

2) จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามา ส่วนใหญ่จะเป็นชาวยุโรป หรือชาวผิวขาวมากกว่าชาวเอเชีย ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้หรือแนวทางการส่งเสริมให้มีชาวเอเชียเข้ามาเพิ่มขึ้น

3) โปรแกรมแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาให้มีหลายภาษา เช่น ภาษาจีน เกาหลี ญี่ปุ่น เป็นต้น

สรุปผล

จากการศึกษาความหนาแน่นการแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งเส้นทางการท่องเที่ยวเดิม ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามและผลการวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก นำไปสู่การเสนอเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ โดยจำแนกบริเวณสถานที่พักกิจกรรมขึ้นอยู่กับอายุของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ กิจกรรมยังขึ้นอยู่กับฤดูกาลด้วยเช่น การดูหิ่งห้อย จะสามารถดูได้ในช่วงฤดูหนาว การตกหมึก จะทำได้ในช่วงฤดู เป็นต้น ดังนั้นการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ จึงมีการกำหนดกิจกรรมอย่างกว้างๆ ตามความเหมาะสมของนักท่องเที่ยวและฤดูกาล อย่างไรก็ตามในช่วงฤดูฝนก็เป็นช่วงที่ไม่เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวและทำกิจกรรมบนเกาะ

จากการสำรวจเส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ มีการเก็บ

ข้อมูลความคิดเห็นโปรแกรมการท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาข้อมูลระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์นำมาประกอบกันเป็นแผนที่ ซึ่งสามารถประมวลผลและค้นหาบนระบบอินเตอร์เน็ต โดยแผนที่นี้ประกอบด้วยข้อมูลทั้งโปรแกรมการท่องเที่ยวทั้งโปรแกรม 2 วัน 1 คืน และโปรแกรม 3 วัน 2 คืน อย่างละ 3 แบบ ให้พิจารณาใช้เป็นแนวทางในการท่องเที่ยวบนเกาะช้างในระยะเวลาที่เหมาะสมและเสียค่าใช้จ่ายน้อย นอกจากนี้ยังมีการข้อมูลที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยวพร้อมภาพ ซึ่งสามารถค้นหาข้อมูลตามตัวอักษรทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

เนื่องจากข้อมูลที่พักมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยๆ โปรแกรมแผนที่นี้ยังสามารถเพิ่มหรือลบข้อมูลที่พักได้โดยกำหนดให้ผู้ที่หน้าที่ดูแลระบบเป็นผู้มีสิทธิ์แก้ไขได้ เพื่อให้ข้อมูลเป็นปัจจุบันมากที่สุด

สำหรับการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมแผนที่เสนอแนะเส้นทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาตินี้ โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ทั้งในส่วนของโปรแกรมการท่องเที่ยวและส่วนของตัวโปรแกรมแผนที่ ผู้ตอบแบบสอบถามมีครบทุกเพศ ทุกช่วงอายุ ยกเว้นอายุ 60 ขึ้นไป ทุกสถานะสมรสและทุกอาชีพ สามารถสรุปได้ดังนี้

1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

1.1 จำแนกตามเพศ พบว่า ทั้งสองเพศไม่มีความแตกต่างกัน คือ ส่วนใหญ่พึงพอใจกับโปรแกรม 3 วัน 2 คืน แบบที่ 1 เป็นอันดับหนึ่งและอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

1.2 จำแนกตามอายุแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 30 ปี มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 3 วัน 2 คืน แบบที่ 3 เป็นอย่างมาก ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 31 ถึง 60 ปี มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 3 วัน 2 คืน แบบที่ 1 เป็นอย่างมากกว่าแบบอื่นๆ

1.3 จำแนกตามสถานะภาพสมรสแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส โสด มีความพึงพอใจกับโปรแกรม 3 วัน 2 คืนแบบที่ 3 ในขณะที่ผู้ที่มีสถานภาพสมรส สมรส มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 3 วัน 2 คืน แบบที่ 1 และผู้ที่มีสถานภาพสมรส หย่าหรือหม้าย มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 2 วัน 1 คืน แบบที่ 3

1.4 จำแนกตามอาชีพแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา อาชีพค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 3 วัน 2 คืน แบบที่ 3 มากที่สุด ในขณะที่อาชีพนอกเหนือจากนี้มีความพึงพอใจต่อโปรแกรม 3 วัน 2 คืน แบบที่ 1 มากที่สุด

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับโปรแกรมแผนที่เพื่อการท่องเที่ยว ในแต่ละด้านดังนี้

2.1 จำแนกตามเพศ

2.1.1 ในด้านองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน คือ ความพึงพอใจต่อความน่าสนใจและสวยงามของภาพ เป็นอย่างมากกว่าส่วนอื่นๆ

2.1.2 ในด้านตัวอักษรและสี แตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเพศชายมีความพึงพอใจต่อขนาดของตัวอักษรที่ใช้อ่านง่ายและชัดเจน เป็นอย่างมากกว่าแบบอื่นๆ ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเพศหญิง มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเลือกใช้สีตัวอักษร เป็นอย่างมากกว่าส่วนอื่นๆ

2.1.3 ในด้านการจัดการระบบไม่แตกต่างกัน คือ ความพึงพอใจต่อข้อมูลที่มีอยู่สามารถใช้ประโยชน์ เป็นอย่างมากกว่าส่วนอื่นๆ

2.1.4 ในด้านการเชื่อมโยงไม่แตกต่างกัน คือ ความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเชื่อมโยงจากรูปภาพ เป็นอย่างมากกว่าส่วนอื่นๆ

2.2. จำแนกตามอายุ

2.2.1 ในด้านองค์ประกอบแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 41 ปี มีความพึงพอใจต่อ ความน่าสนใจและสวยงามของภาพมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 41 ถึง 50 ปี มีความพึงพอใจต่อความน่าสนใจและสวยงามของหน้าหลักมากที่สุด และผู้ตอบแบบสอบถามอายุ 51 ถึง 60 ปี มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของภาพในการสื่อความหมายมากที่สุด

2.2.2 ในด้านตัวอักษรและสีแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 21 ปี อายุ 31 ถึง 40 ปี และอายุ 51 ถึง 60 ปี มีความพึงพอใจต่อขนาดของตัวอักษรที่ใช้อ่านง่ายและชัดเจนมากที่สุด และอายุ 21 ถึง 50 ปี มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเลือกใช้สีตัวอักษรมากที่สุด

2.2.3 ในด้านการจัดการระบบแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 21 ปี อายุตั้งแต่ 41 ถึง 50 ปี มีความพึงพอใจต่อข้อมูลที่มีอยู่สามารถใช้ประโยชน์มากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 21 ถึง 40 ปีและอายุตั้งแต่ 51 ถึง 60 ปี มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูลมากที่สุด

2.2.4 ในด้านการเชื่อมโยงแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามน้อยกว่า 21 ปี อายุตั้งแต่ 31 ถึง 40 ปี และอายุตั้งแต่ 51 ถึง 60 ปี มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเชื่อมโยงจากรูปภาพมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามอายุตั้งแต่ 21 ถึง 30 ปี และอายุตั้งแต่ 41 ถึง 50 ปี มีความพึงพอใจต่อความถูกต้องในการเชื่อมโยงมากที่สุด

2.3 จำแนกตามสถานภาพสมรส

2.3.1 ในด้านองค์ประกอบแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพสมรส โสด และสมรส มีความพึงพอใจต่อความน่าสนใจและสวยงามของภาพมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามสถานภาพสมรส หย่าหรือหม้าย มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของขนาดภาพมากที่สุด

2.3.2 ในด้านตัวอักษรและสีแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส โสดและหย่าหรือหม้าย มีความพึงพอใจต่อขนาดของตัวอักษรที่ใช้อ่านง่ายและชัดเจนมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพสมรส สมรส มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเลือกใช้สีตัวอักษรมากที่สุด

2.3.3 ในด้านการจัดการระบบไม่แตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามทุกสถานภาพสมรส มีความพึงพอใจต่อข้อมูลที่มีอยู่สามารถใช้ประโยชน์มากที่สุด

2.3.4 ในด้านการเชื่อมโยงไม่แตกต่างกัน คือ มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเชื่อมโยงจากรูปภาพมากที่สุด

2.4 จำแนกตามอาชีพ

2.4.1 ในด้านองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน คือ มีความพึงพอใจต่อความน่าสนใจและสวยงามของภาพมากที่สุด

2.4.2 ในด้านตัวอักษรและสีแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัวและพ่อบ้านหรือแม่บ้านหรือเกษียณ มีความพึงพอใจต่อขนาดของตัวอักษรที่ใช้อ่านง่ายและชัดเจนมากที่สุด ในขณะที่ผู้ที่อาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจและพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเลือกใช้สีตัวอักษรมากที่สุด และผู้ที่อาชีพอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อรูปแบบของตัวอักษรที่ใช้ในการนำเสนอมากที่สุด

2.4.3 ในด้านการจัดการระบบแตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพ

นักเรียนหรือนักศึกษาและค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อข้อมูลที่มีอยู่สามารถใช้ประโยชน์มากที่สุด สำหรับผู้ตอบที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูลมากที่สุด ในขณะที่ผู้ตอบที่อาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจและอื่นๆ มีความพึงพอใจต่อทั้งข้อมูลที่มีอยู่สามารถใช้ประโยชน์และความสะดวกในการค้นหาข้อมูลมากที่สุด ในขณะที่พ่อบ้านหรือแม่บ้านหรือผู้เกษียณอายุมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการค้นหาข้อมูลมากที่สุด

2.4.4 ในด้านการเชื่อมโยงไม่แตกต่างกัน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามตามอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา ค้าขายหรือธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัทเอกชน มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเชื่อมโยงจากรูปภาพมากที่สุด สำหรับผู้ตอบที่มีอาชีพพ่อบ้านหรือแม่บ้านหรือเกษียณ มีความพึงพอใจต่อความถูกต้องในการเชื่อมโยงมากที่สุด ในขณะที่ข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีความพึงพอใจต่อความเหมาะสมของการเชื่อมโยงจากข้อความมากที่สุด

อภิปรายผล

ความหนาแน่นของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่พบขึ้นกับปัจจัย 2 ส่วน คือ สภาพภูมิศาสตร์และความนิยมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดธุรกิจและการนำเสนอกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น สถานที่มีสภาพพื้นที่เป็นป่าไม้ จะมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยม ได้แก่การส่องสัตว์ ขี่ช้างชมธรรมชาติ เที่ยวน้ำตก ในขณะที่สถานที่มีสภาพพื้นที่เป็นหาด นักท่องเที่ยวจะนิยมพายเรือ เล่นน้ำหรือไปดำน้ำดูปะการัง ตกปลา ตกปลา ฯลฯ

ด้านตะวันออกของเกาะช้าง พบว่า มีที่พักส่วนใหญ่เป็นโรงแรมราคาสูง ถนนหนทางคดเคี้ยวและชัน แต่มีนักท่องเที่ยวมาพักเพื่อทำกิจกรรมพายเรือเล่นน้ำทะเล และดำน้ำดูปะการัง มีรถบริการสาธารณะตลอดเส้นทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย

ด้านตะวันตกของเกาะช้าง พบว่า มีที่พักส่วนใหญ่เป็นโฮมสเตย์จำนวนมากและราคาถูก ถนนหนทางสะดวกและไม่คดเคี้ยวมากนัก ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพัก เพื่อพักผ่อนทางธรรมชาติ เช่น นั่งเล่นริมหาดหรือพายเรือคะยัค หรือซื้ออาหารทะเลมาทำทานกัน เนื่องจากใกล้หมู่บ้านชาวประมง ทำให้ได้อาหารทะเลราคาถูก ฯลฯ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อย

เส้นทางการท่องเที่ยวที่เสนอแนะมิได้เสนอแบบเที่ยว 1 วัน เนื่องจากระยะเวลาที่เดินทางมาถึงเกาะช้างต้องใช้เวลามากพอประมาณ เช่น จากกรุงเทพฯ มาเกาะช้าง จะใช้เวลาเดินทางประมาณ 5 ชั่วโมง จึงไม่เหมาะที่จะเข้ามาแล้วกลับภายใน 1 วัน ดังนั้น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เวลาที่เหมาะสมจึงอยู่ระหว่าง 2 ถึง 3 วัน หากเกินกว่านี้ พบว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยที่สนใจ เนื่องจากวันหยุดพักผ่อนของคนไทยมักไม่เกิน 3 วันในแต่ละครั้ง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมักอยู่นาน จะมีบางที่มาพักผ่อนกับเพื่อนคนไทยและอยู่เป็นเวลาสั้นๆ เหมือนนักท่องเที่ยวไทย

เส้นทางการท่องเที่ยวมักจัดให้อยู่บริเวณใกล้เคียงกันและสามารถทำกิจกรรมต่างๆ ในเวลาที่เหมาะสมและเสียเวลาหรือค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อย ดังนั้น จากสำรวจความคิดเห็น พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมาก

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 21-40 ปี เป็นโสด และเป็นพนักงานของบริษัทเอกชน ซึ่งอยู่วัยทำงาน ยังไม่มีภาระมากนัก และมีรายได้ดีพอสมควรในการท่องเที่ยวและทำกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ

กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเสนอแนะหรือจัดการโดยผู้ประกอบการที่พัก ซึ่งมักเสนอแนะในสิ่งที่ผู้ประกอบการสามารถจัดการให้ได้เท่านั้น มิได้แนะนำกิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจและมีอยู่บนเกาะช้าง

เส้นทางแผนที่เส้นทางการท่องเที่ยว จากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเป็นผู้สร้างให้ จะมีของหน่วยงานของรัฐจำนวนน้อย ปัญหาที่พบ คือ ข้อมูลที่มีอยู่ในระบบอินเตอร์เน็ตขาดการปรับปรุงให้ทันสมัย และการค้นหาข้อมูลเป็นเรื่องยากและช้า ไม่ครบถ้วนตามความต้องการ ที่เป็นเช่นนี้เกิดจากขาดผู้รับผิดชอบอย่างจริงจัง

บรรณานุกรม

กังวาลย์ จันทรโชติ. **การศึกษาขีดความสามารถ ในการรองรับมลพิษของพื้นที่เกาะช้าง.** งานวิจัย กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.

วาสิฏฐ์ อิ่มแสงจันทร์. **เอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จังหวัดตราด.** งานวิจัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เนาวรัตน์ สมบัติภูธร. 2541. **การประยุกต์ใช้ข้อมูลการสำรวจระยะไกลและระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อทำแผนที่ระบบนิเวศของพื้นที่ชุ่มน้ำ.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. 2548. พระราชกฤษฎีกาการจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).

อานัติ จักรแก้ว. 2545. **ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการจัดการฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

"GIS ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์**"**. 2549. [ออนไลน์]: สืบค้นได้จาก www.gis2me.com/gis. วันที่สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2549

การปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง

Tour Repackaging for Thailand: The Case Study of Central Region of Thailand

วรางคณา อดิศรประเสริฐ เพชรรัตน์ มีสมบูรณ์พูนสุข
ปิยดา สมบัติวัฒนา สุวิชา โกมลทัต
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Warangkana Adisornprasert, Petcharat Mesomboonpoonsuk,
Piyada Sombattana, Suwicha Komaladat
Srinakharinwirot University

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการได้แก่ เพื่อสำรวจและวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งของโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว และเพื่อพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และเคยเดินทางท่องเที่ยวไปใน 16 จังหวัดภาคกลางด้วยตนเอง อย่างน้อย 3 จังหวัดภายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลและตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง จำนวน 20 คน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการเส้นทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและแตกต่างกัน ตามลักษณะของนักท่องเที่ยวทั้งแบบเดินทางด้วยตนเอง และแบบกลุ่ม โดยมีความต้องการเส้นทางการท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงผสม

Abstract

The objectives of research on Tour Repackaging for Thailand: The Case Study of Central Region of Thailand were as follows: 1) to identify and analyze the weaknesses and strengths of package tour in 16 provinces of central region 2) to examine the potentials of tourist destinations in 16 provinces of central region 3) to survey Thai tourists' traveling requirements classified by tourist types and traveling styles and 4) to develop package tour for Thai tourists who would like to travel in 16 provinces of central region.

The samples were divided into two groups. The first was 400 Thai free independent travelers

who were 18 years old and above, had been traveling to at least 3 provinces within 16 provinces of central region for the past 5 years. Self-administered questionnaire was used to collect the data. The second sampling group was 20 representatives from registered tour companies which are located within 16 provinces of central region. Interviewing form was used to collect the data.

The research results revealed that both types of travelers: free independent travelers and group tour travelers had different requirements in 16 provinces of central region package tour classified by their traveling styles as follows: cultural based programs, natural based programs and mix programs.

คำนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมการบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งด้านสินค้าและบริการหลายประเภท การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ก่อให้เกิดการจ้างงาน การหมุนเวียนของเงินตราและการกระจายรายได้ไปในทุกภาคเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากนั้น ยังก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรของชาติ ความรักและหวงแหนในมรดกของประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมให้ประชาชนคนไทย รู้จักทำนุบำรุงรักษาในทรัพยากรท่องเที่ยวสืบต่อไปในรุ่นลูกรุ่นหลาน

การท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นมีหลายรูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และวัฒนธรรมพื้นถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา (สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2546) ในบรรดาการท่องเที่ยวหลายรูปแบบนี้ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้เริ่มเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทยในปัจจุบันและได้กลายเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นในแวดวงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีความชื่นชอบการท่องเที่ยวในทุกรูปแบบหรือเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงผสม” ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ได้รับความนิยมไม่น้อยไปกว่าการท่องเที่ยวเชิงเฉพาะรูปแบบอื่น

การท่องเที่ยวในประเทศเชิงธรรมชาติ เชิงวัฒนธรรมและเชิงผสมทั้ง 3 รูปแบบนั้น นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางได้ในทุกจังหวัดของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี นครปฐม นครนายก ชัยนาท ปทุมธานีและกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเหล่านี้ โดยทั่วไปนั้น สามารถแบ่งได้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง (Fully Independent Traveller: FIT) และนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม (Group Tour) การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มส่วนใหญ่จะเดินทางโดยอาศัยข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว ซึ่งบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่จะมีโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป ให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการ โปรแกรมดังกล่าวมักจะมีการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวเดิมๆ ส่งผลให้การกระจายรายได้และการจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการนำเที่ยวกระจุกตัวเพียงบางพื้นที่ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ขาดแรงจูงใจในการพัฒนา

ดังนั้น การพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลาง ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ เนื่องจากจะช่วยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวภายในประเทศมีความน่าสนใจมากขึ้น ช่วยเพิ่ม

จำนวนนักท่องเที่ยวซ้ำและนักท่องเที่ยวใหม่ อีกทั้งยังช่วยสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในโปรแกรมสำเร็จรูปที่พัฒนาใหม่ อันจะนำไปสู่การจ้างงานและการกระจายรายได้ในทุกๆ พื้นที่อย่างเท่าเทียมกันและจะส่งผลในเชิงบวกต่อเศรษฐกิจชุมชนและเศรษฐกิจไทยในที่สุด

วิธีดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ประกอบด้วย

1) ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปในปัจจุบันและแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างร่วมกับการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจากมัคคุเทศก์ไทยและพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว

ประชากรที่ศึกษาในส่วนนี้ คือ มัคคุเทศก์ไทยทั้งหมดในกรุงเทพฯ และเขตภาคกลางที่จดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ซึ่งเป็นทั้งมัคคุเทศก์อิสระและมัคคุเทศก์ที่สังกัดบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯ และเขตภาคกลาง รวมทั้งพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยวทั้งหมดที่ทำงานในบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯและเขตภาคกลาง ซึ่งประชากรดังกล่าวไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม จากสถิติของสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรุงเทพฯ พบว่า ณ เดือนกันยายน 2548 มีจำนวนมัคคุเทศก์ไทยที่จดทะเบียนในกรุงเทพฯ และเขตภาคกลางทั้งสิ้น 1,266 ราย และมีจำนวนบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนในกรุงเทพฯ และเขตภาคกลาง ทั้งสิ้น 836 แห่ง การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงจะคำนวณโดยใช้ข้อมูลสถิติในปี 2548 นี้ เป็นจำนวนประชากร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างมัคคุเทศก์ไทย ซึ่งคำนวณได้จึงมีจำนวนทั้งสิ้น 304 ราย ส่วนพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยว หากประมาณโดยเฉลี่ยจากบริษัทนำเที่ยวแห่งละหนึ่งคน จะคำนวณได้ทั้งสิ้น 271 ราย ในการเก็บข้อมูลจะทำการเก็บจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มในอัตราร้อยละ 10 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง คือ มัคคุเทศก์ไทยจำนวน 30 รายและพนักงานจัดโปรแกรมนำเที่ยว 27 ราย รวมเป็น 57 ราย อย่างไรก็ตาม เมื่อทำการเก็บข้อมูลจริงโดยการสุ่มแบบมีระบบจากรายชื่อมัคคุเทศก์ไทยและบริษัทนำเที่ยวที่จดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรุงเทพฯ ปรากฏว่า มีผู้ตอบรับและยินดีให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลและเข้าร่วมประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นจำนวนทั้งสิ้น 19 คน

2) ข้อมูลความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเอง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรที่ศึกษาในส่วนนี้ คือ ประชาชนชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ซึ่งเคยเดินทางท่องเที่ยวไปใน 16 จังหวัดภาคกลางด้วยตนเอง อย่างน้อย 3 จังหวัด ภายในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากจำนวนของประชากรดังกล่าวไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จะได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน

สำหรับการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะทำโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยทำการจับฉลากเลือกจังหวัดที่จะไปแจกแบบสอบถาม รวมทั้งสิ้น 8 จังหวัด คิดเป็นร้อยละ 50 ของจังหวัดทั้งหมด 16 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดนครปฐม จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดนครนายก จังหวัดสระบุรี จังหวัดลพบุรี จังหวัด

พระนครศรีอยุธยา จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้จะทำการแจกแบบสอบถามตามโควต้า จังหวัดละ 50 ตัวอย่าง รวมเป็น 400 ตัวอย่าง

3) ข้อมูลความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยวต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่มใน 16 จังหวัดภาคกลาง โดยใช้แบบสอบถามแบบมีโครงสร้างเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ประชากรที่ศึกษาในส่วนนี้ คือ ตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ มีข้อจำกัดในด้านเวลา ผู้วิจัยจึงจะเก็บกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่จัดนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางในจำนวน 20 คน

สำหรับการสุ่มกลุ่มตัวอย่างจะทำโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากตัวแทนบริษัทนำเที่ยวที่เคยเข้าร่วมการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น และทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากตัวแทนบริษัทนำเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง ที่จดทะเบียนกับสำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว เพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างครบ 20 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองและความคิดเห็นของตัวแทนบริษัทนำเที่ยว จำแนกตามเส้นทางที่คาดว่านักท่องเที่ยวชาวไทยแบบกลุ่มสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ใช้โปรแกรมสำเร็จ รูป SPSS เพื่อคำนวณค่าทางสถิติ โดยจะแจกแจงความถี่และเสนอผลเป็นค่าร้อยละ

ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางที่นักท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเองและแบบกลุ่มสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง คณะผู้วิจัยได้จัดทำเป็นแผนที่เส้นทางจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้ง 2 กลุ่ม

ผลการวิจัย

งานวิจัยชุดโครงการ “การปรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปเพื่อตอบสนองความต้องการพฤติกรรมนักท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทย กรณีศึกษา 16 จังหวัดภาคกลาง” มีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง

จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของไทย ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดสมุทรสาคร สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง อุทัยธานี นนทบุรี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี นครปฐม นครนายก ชัยนาท ปทุมธานีและกรุงเทพมหานคร สรุปได้ดังนี้

จุดแข็งของจังหวัดส่วนใหญ่ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ประกอบด้วย ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งหลายๆจังหวัด มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ที่มีความสวยงามและมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นต่างมีศักยภาพ สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดทุกจังหวัดใน 16 จังหวัดภาคกลางต่าง มีที่พักหลายรูปแบบ หลายระดับราคาให้เลือกพัก ตั้งแต่โรงแรมจนถึงโฮมสเตย์ ซึ่งบาง

ชุมชนมีการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยให้กลุ่มเกษตรกรได้รวมกลุ่มกันพัฒนาชุมชนและที่อยู่อาศัยของตนให้เป็นที่พักแบบโฮมสเตย์ นอกจากนี้ในด้านร้านอาหารและภัตตาคารจังหวัดส่วนใหญ่มีศักยภาพสูง สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี ทั้งอาหารพื้นเมือง อาหารไทย และอาหารต่างชาติ

ด้านศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น ผู้คนในท้องถิ่นของจังหวัดส่วนใหญ่ต่างมีการอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ทำให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสชมการดำเนินชีวิตแบบพื้นบ้าน อีกทั้งการจัดงานเทศกาลหลายหลากของแต่ละจังหวัดยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

ด้านเส้นทางการเดินทางระหว่างจังหวัดต่างๆ มีถนนคอนกรีตและระบบเชื่อมต่อกับกรุงเทพฯ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย สามารถเดินทางไปยังจังหวัดต่างๆ ได้รวดเร็วในระยะเวลาสั้น

ด้านสินค้าประจำจังหวัด/ท้องถิ่น บางจังหวัดมีของฝากที่มีชื่อเสียงและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด เช่น ปลาช่อนแม่ลา จังหวัดสิงห์บุรี โรตีสายไหม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ขนมสาลี่ จังหวัดสุพรรณบุรี กะหรี่ปั๊บ จังหวัดสระบุรี เป็นต้น

ด้านอัธยาศัยของคนในท้องถิ่น ส่วนใหญ่มีความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใส มีน้ำใจและให้การต้อนรับแก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี องค์กรต่างๆ ภายในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ร่วมกันสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเข้มแข็ง

จุดอ่อนของจังหวัดส่วนใหญ่ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ประกอบด้วย ด้านสถานที่ท่องเที่ยว บางจังหวัดแหล่งท่องเที่ยวยังขาดความหลากหลาย เช่น มีเพียงโบราณสถานและวัดเท่านั้น ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวรูปแบบอื่น นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวยังขาดความน่าดึงดูดใจ ขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่จะบรรยายถึงเกร็ดประวัติศาสตร์ของแต่ละสถานที่ อีกทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวในบางจังหวัดยังไม่ดีเท่าที่ควร การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของบางจังหวัด เช่น จังหวัดสระบุรี ยังไม่มีประสิทธิภาพ การเตือนภัยในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอันตราย เช่น น้ำตกนางรอง น้ำตกสาริกา ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเสียชีวิตบ่อยครั้ง

ด้านสินค้าประจำจังหวัด/ท้องถิ่น บางจังหวัด เช่น กล้วยฉาบ เผือกฉาบ จังหวัดนครนายก เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นต้น ยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นเฉพาะตนจนเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

ด้านเส้นทางการเดินทางภายในจังหวัดซึ่งมีการคมนาคมโดยรถสาธารณะภายในจังหวัดส่วนใหญ่ยังไม่คล่องตัว เนื่องจากมีเส้นทางเดินรถน้อยเส้นทางและช่วงเวลาเดินรถมีจำกัด บางครั้งมีการปรับปรุงเส้นทางการจราจรภายในจังหวัดเป็นประจำทำให้มีปัญหาการจราจรติดขัด ถนนที่เข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีขนาดเล็กไม่สะดวกรถบัสขนาดใหญ่ ทำให้เป็นข้อจำกัดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่

นอกจากนี้ป้ายบอกทางไปสู่สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ยังไม่ชัดเจน รวมถึงป้ายอธิบายความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ยังมีจำนวนน้อย

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว โรงแรมและร้านอาหารในตัวจังหวัดมีจำนวนน้อยและไม่สะอาด โรงแรมและร้านอาหารส่วนใหญ่ไม่อยู่ในบริเวณพื้นที่ท่องเที่ยว ห้องน้ำในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอและไม่สะอาด อีกทั้งบางครั้ง พบว่า ผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มบางราย ฉวยโอกาสขายอาหารและเครื่องดื่มเกินราคาที่ยุติธรรม

ด้านอื่นๆ ได้แก่การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีน้อยและประชาชนในพื้นที่ไม่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน จึงไม่ให้ความร่วมมือในการรักษาสิ่งแวดล้อมและโบราณสถานในท้องถิ่น จังหวัดส่วนใหญ่ยังขาดการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิเช่น ททท. สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดไม่เป็นไปในเชิงรุกเท่าที่ควร ขาดนักวิชาการและมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความสามารถ จึงทำให้การค้นคว้าเกร็ดประวัติศาสตร์และนิยายปรัมปราในท้องถิ่น ซึ่งเป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีน้อยและขาดการวางผังเมืองที่ดี จะเห็นได้ว่ามีชุมชนแออัดอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น ชุมชนแออัดบริเวณวัดพระศรีรัตนมหาธาตุและบริเวณข้างพระราชวังนารายณ์ราชนิเวศน์

โอกาสของจังหวัดส่วนใหญ่ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งบางจังหวัดอยู่ใกล้กรุงเทพและมีเส้นทางเดินรถระหว่างจังหวัดใกล้เคียง จึงมีความสะดวกปลอดภัยและรวดเร็ว เป็นโอกาสให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้เคียง

ด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวในจังหวัดภาคกลางส่วนใหญ่ราคาไม่แพงและสะดวกอีกทั้งประหยัดเวลา ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในหลายๆ จังหวัด ประชากรในพื้นที่จึงมีรายได้ต่อเนื่อง

ด้านนโยบายรัฐ จากการที่รัฐมีการจัดการระบบสาธารณูปโภคที่ดีและกระจายอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งในหลายๆ จังหวัดจึงมีส่วนช่วยสร้างโอกาสให้แก่การท่องเที่ยวในจังหวัดต่างๆ นอกจากนี้ การมีสถาบันการศึกษาทุกระดับ โดยเฉพาะในระดับอาชีวศึกษาจึงเป็นแหล่งแรงงานที่ดีของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนาคต

อุปสรรคของจังหวัดส่วนใหญ่ใน 16 จังหวัดภาคกลาง ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อมบางจังหวัดมีมลภาวะจากกลิ่น น้ำเน่าเสีย ป่าชายเลนเสื่อมโทรม ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ภูเขา ป่าไม้ ถูกทำลายเป็นจำนวนมาก จนสูญเสียสภาพป่า บางฤดูกาล เช่น ฤดูร้อนอากาศร้อนจัดมาก ทำให้สภาพป่าและน้ำตกหมดสภาพน่าท่องเที่ยว

ด้านนโยบายรัฐ ขาดการสนับสนุนหรือพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความต่อเนื่องและไม่มีประสิทธิภาพ พื้นที่ท่องเที่ยวหลายแห่งเสื่อมสภาพจนหมดสภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีและน่าสนใจไป

ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวของ 16 จังหวัดภาคกลางในการรองรับนักท่องเที่ยว

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง จากภาพรวมของจังหวัดใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่พักแรมและด้านการอุปโภคบริโภค ทั้งนี้เพื่อให้ทราบศักยภาพ ในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด ภาพรวมในแต่ละด้านสรุปได้ดังนี้

ด้านการคมนาคม การเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปยังจังหวัดส่วนใหญ่ใน 16 จังหวัดภาคกลางมีได้หลายแบบดังนี้

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและจังหวัดปทุมธานี มี 4 แบบ คือ ทางรถยนต์ รถไฟ รถโดยสารประจำทางและเรือ

จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสงคราม จังหวัดสระบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดลพบุรีและจังหวัดนครปฐมนั้น

มีได้ 3 แบบ คือ ทางรถยนต์ รถไฟและรถโดยสารประจำทาง ส่วนจังหวัดนนทบุรีนั้น มี 3 แบบเช่นกัน คือ ทางรถยนต์ รถโดยสารประจำทางและเรือ

จังหวัดสมุทรปราการ จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดอ่างทอง จังหวัดนครนายกและจังหวัดชัยนาท มีเพียง 2 แบบ คือ ทางรถยนต์ และรถโดยสารประจำทาง

ส่วนการเดินทางภายในกรุงเทพฯ มี 6 แบบ คือ ทางรถยนต์ รถไฟที่ดำเนินการโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย รถไฟฟ้า BTS รถไฟฟ้าใต้ดิน รถโดยสารประจำทางและเรือ

ด้านสถานที่พักแรม จังหวัดต่างๆ ใน 16 จังหวัดภาคกลางนั้น มีสถานที่พักแรมหลากหลายรูปแบบดังนี้

จังหวัดสระบุรี จังหวัดอุทัยธานี จังหวัดชัยนาทและกรุงเทพฯ มีสถานที่พักแรมทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสท์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ที่พักในอุทยานแห่งชาติ บ้านพักรับรองของทางราชการ และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพักและอพาร์ทเมนต์

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีสถานที่พักแรมทั้งหมด 5 รูปแบบ คือ โรงแรม/บังกะโล/รีสอร์ท เกสท์เฮาส์ บ้านญาติ/บ้านเพื่อน ที่พักในอุทยานแห่งชาติและบ้านพักรับรองของทางราชการ

จังหวัดนนทบุรีและจังหวัดนครนายก มีสถานที่พักแรมทั้งหมด 4 รูปแบบ คือ โรงแรม/เกสท์เฮาส์/บังกะโล/รีสอร์ท บ้านญาติ/บ้านเพื่อน/โฮมสเตย์ และอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพัก และอพาร์ทเมนต์

จังหวัดลพบุรี จังหวัดนครปฐมและจังหวัดปทุมธานี มีสถานที่พักแรมทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ โรงแรม/โฮมสเตย์ บ้านญาติ/บ้านเพื่อนและอื่นๆ ได้แก่ วัด หอพักและอพาร์ทเมนต์

ส่วนจังหวัดสมุทรปราการมีเพียง 2 รูปแบบ คือ โรงแรม/ เกสท์เฮาส์/ บังกะโล/ รีสอร์ท และบ้านญาติ/ เพื่อน

ด้านการอุปโภคบริโภค ที่เกี่ยวกับร้านอาหาร ร้านขายของฝากและของที่ระลึก ใน 16 จังหวัดภาคกลางนั้น มีมากมายหลากหลายประเภท ดังนี้

ร้านอาหารส่วนใหญ่มีทั้งร้านอาหารพื้นเมือง ไทย จีนและฝรั่ง นอกจากนี้หลายจังหวัดยังมีร้านอาหารทะเลหลายร้านที่มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพความสดและความอร่อย ร้านอาหารเกือบจังหวัดจะมีทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก เว้นแต่บางจังหวัดยังขาดร้านอาหารขนาดใหญ่ที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ เช่น จังหวัดชัยนาท จังหวัดอ่างทอง จังหวัดนครนายก เป็นต้น

ในส่วนร้านขายของฝากนั้น มีหลายประเภท อาทิเช่น อาหารทะเลสด ได้แก่ กุ้ง หอย ปู ปลา ปลาหมึก กั้ง อาหารทะเลแปรรูป ได้แก่ กะปิ กุ้งแห้ง หอยพิมแห้ง ปลาเค็ม น้ำปลา ข้าวเกรียบกุ้ง ปลาหมอแดดเดียว ปลาสลิดและปลาช่อนแม่ลา ฯลฯ ขนม ได้แก่ เค้กปลาช่อน ขนมเปี๊ยะ ขนมตาลกะทิสด ขนมสาลี่ ขนมไทยหม้อแกง ขนมชั้นและวุ้นกะทิ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี ผลไม้แช่อิ่ม กล้วยตากแผ่น กล้วยทอด มะขามแก้ว เป็นต้น

สำหรับร้านขายของที่ระลึกนั้น ในหลายๆ จังหวัดส่วนใหญ่ของที่ระลึกจะเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ได้แก่ เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสานและผ้าทอพื้นเมือง เช่น ผ้าตีนจก ผ้าไหม ผ้ามัดหมี่ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ได้แก่ ตะกร้าไม้ไผ่ ชะลอม เครื่องจักสานชนิดต่างๆ เสื่อกก นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ถักทอจากเส้นใยพืช ผลิตภัณฑ์แกะสลัก ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ตุ๊กตา ดอกไม้ประดิษฐ์ เครื่องถ้วยชาม ทั้งเซรามิคและเบญจรงค์ เครื่องทองเหลือง และเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นต้น

โปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวและจำนวนวันเดินทาง

1) เส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเอง

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-สมุทรสาคร-นครปฐม และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-นนทบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-สิงห์บุรี-ชัยนาท-สุพรรณบุรี และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-ลพบุรี-สระบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-ลพบุรี-สระบุรี-พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-สิงห์บุรี-ชัยนาท-อุทัยธานี-สุพรรณบุรี และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม-นครปฐม

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-นครนายก เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-ลพบุรี-สระบุรี และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-สุพรรณบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-สุพรรณบุรี-อุทัยธานี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-นครนายก และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-สระบุรี-ลพบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-สระบุรี-นครนายก เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-สระบุรี-ลพบุรี และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-ชัยนาท-อุทัยธานี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-พระนครศรีอยุธยา-ปทุมธานี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-นครปฐม และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-ลพบุรี-สระบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-ลพบุรี-สระบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม-นครปฐม และเส้นทาง ที่ 3 กรุงเทพฯ-อ่างทอง-สิงห์บุรี-ชัยนาท

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-ลพบุรี-สระบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-พระนครศรีอยุธยา และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-ชัยนาท-อุทัยธานี-สุพรรณบุรี

2) เส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่ม

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-สมุทรปราการ

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-สมุทรสงคราม-สมุทรสาคร-นครปฐม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-พระนครศรีอยุธยา และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-ลพบุรี-สระบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-ลพบุรี-สระบุรี-พระนครศรีอยุธยา เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม-นครปฐม และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-สุพรรณบุรี-อ่างทอง-ลพบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-นครปฐม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-สมุทรสาคร

และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-สุพรรณบุรี-ชัยนาท

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-สระบุรี-ลพบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-นครนายก และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-สระบุรี-ลพบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-สระบุรี-นครนายก เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-สระบุรี-ลพบุรี และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-สุพรรณบุรี

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 1 วัน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-สมุทรสงคราม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-นครปฐม และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 2 วัน 1 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-สมุทรสาคร-สมุทรสงคราม-นครปฐม เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-สุพรรณบุรี-สิงห์บุรี และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-นครนายก

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงผสม โปรแกรม 3 วัน 2 คืน ได้แก่ เส้นทางที่ 1 กรุงเทพฯ-ลพบุรี-สระบุรี เส้นทางที่ 2 กรุงเทพฯ-พระนครศรีอยุธยา และเส้นทางที่ 3 กรุงเทพฯ-สุพรรณบุรี

อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยแบบเดินทางด้วยตนเองต่อการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลาง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ของ 16 จังหวัดภาคกลางโดยรวมในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและระบบการรักษาความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งความพึงพอใจในปัจจัยเหล่านี้สะท้อนศักยภาพที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความสำคัญของปัจจัยดังกล่าว โดยจะเห็นได้จาก ผลการวิจัยของศักดิ์ชัย เสนาพรหม (2548) ที่ได้ศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีของนักท่องเที่ยวไทยและพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก

ในส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจโดยรวมในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการส่งเสริมการตลาดของหน่วยงานที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีไม่เพียงพอ หรือไม่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ควรจะได้คำนึงถึงความสำคัญของปัจจัยด้านนี้ให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัจจัยส่งเสริมการตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการทำให้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสามารถสื่อสารไปสู่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วที่สุด

นอกจากนี้ หน่วยงานที่ดูแลแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจะได้คำนึงถึงการส่งเสริมการตลาดโดยใช้แผ่นพับการท่องเที่ยว (Tourism Brochures) เนื่องจากมีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยจะเห็นได้จากการศึกษาของโมลินา และเอสทีบาน (Molina and Esteban, 2006) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์และประโยชน์ของแผ่นพับการท่องเที่ยว (Tourism Brochures Usefulness and Image) และพบว่าแผ่นพับการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการก่อเกิดภาพลักษณ์และการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยแผ่นพับควรมีสีสันที่จูงใจ มีรูปแบบที่มองเห็นได้ และมีมีภาพที่สวยงาม

ซึ่งจะสามารถก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งควรมีการจัดทำเว็บไซต์ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ ดังจะเห็นได้จากผลการวิจัยของโอเลียรี่และมอรริสัน (O'Leary and Morrison, 2004) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของประสบการณ์ครั้งก่อนๆ ต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในวันหยุด (The effect of prior experience on vacation behavior) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการใช้อินเตอร์เน็ตเป็นสื่อในการสร้างโอกาสที่ดีที่จะเสนอทางเลือกของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวซึ่งมีประสบการณ์ในระดับต่างๆ กัน

ในส่วนความต้องการของนักท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเองและแบบกลุ่มต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางนั้น จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้ง 2 กลุ่ม มีความต้องการโปรแกรมการท่องเที่ยวจำแนกตามรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงผสมที่หลากหลายเส้นทาง ซึ่งความต้องการของนักท่องเที่ยวเช่นนี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของโอเลียรี่ และมอรริสัน (O'Leary and Morrison, 2004) ที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การมีโปรแกรมที่แตกต่างกันสำหรับลูกค้าแต่ละกลุ่ม ส่งผลให้เกิดประสบการณ์ที่น่าพอใจและการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

ดังนั้นบริษัทนำเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรพัฒนาโปรแกรมให้มีความหลากหลาย น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวยัง 16 จังหวัดภาคกลางมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทย

1) กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเผยแพร่โปรแกรมสำเร็จรูป ใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวแบบเดินทางด้วยตนเองด้วยการจัดทำคู่มือการท่องเที่ยวแจกผ่านศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัด สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ สถานีขนส่งประจำจังหวัดและสนามบินทั่วประเทศ

2) กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรเผยแพร่โปรแกรมสำเร็จรูป ใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวแบบกลุ่มไปยังบริษัทนำเที่ยวและฝ่ายบุคคลของหน่วยงานต่างๆ ทั้งส่วนราชการและเอกชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการท่องเที่ยวและจัดประชุมสัมมนาของหน่วยงาน

3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรนำข้อมูลโปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูปใน 16 จังหวัดภาคกลางของประเทศไทยมาปรับปรุงเพิ่มเติมลงในฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวทั้งแบบเดินทางด้วยตนเองและแบบกลุ่ม มีทางเลือกในการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมทั้ง 16 จังหวัดภาคกลาง

1) การท่องเที่ยวของจังหวัดแต่ละจังหวัดควรจะมีการสำรวจข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแบบเจาะลึกในจังหวัดเพื่อให้ทราบประวัติศาสตร์ความเป็นมาของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งและนำข้อมูลเหล่านั้นมานำเสนอในรูปแบบต่างๆ เช่น แผ่นพับ แผ่นป้ายบรรยายในสถานที่ท่องเที่ยว สื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงการนำเสนอผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ ที่จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเกิดต้องการมาเยี่ยมชมในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น

2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบูรณะและรักษาสภาพสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งในจังหวัด ให้คงรูปแบบที่เป็นลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

3) หน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดควรมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันโดยเฉพาะจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียงกัน ด้วยการสร้างและพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเป็นกลุ่มจังหวัด เพื่อให้จังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวน้อยและไม่มีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4) การท่องเที่ยวประจำจังหวัดควรจัดอบรมอย่างต่อเนื่องให้กับเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการรายย่อย และคนท้องถิ่นให้มีความรู้ความเข้าใจในทรัพยากรท่องเที่ยวของท้องถิ่นนั้นอย่างแท้จริง ตระหนักถึงความสำคัญและปลูกจิตสำนึกในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีความภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของท้องถิ่นนั้นๆ รวมถึงสามารถให้คำแนะนำวิธีการท่องเที่ยวที่จะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่แหล่งท่องเที่ยว

5) แหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานที่สำคัญในจังหวัดต่างๆ ยังขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นประจำแต่ละแหล่งท่องเที่ยวที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ดังนั้น แต่ละจังหวัดควรมีการประสานงานไปยังสถาบันการศึกษาที่อยู่ใกล้เคียงให้ช่วยพัฒนามัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้มีปริมาณที่เพียงพอและมีคุณภาพที่พร้อมให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของโบราณสถานเหล่านั้น

6) การท่องเที่ยวประจำจังหวัดควรจะมีการรณรงค์ให้คนท้องถิ่นฟื้นฟูและรักษาการละเล่น การแสดงพื้นบ้าน เช่น การเล่นเพลงอีแซว เพลงเกี่ยวข้าว เพลงลำตัด เพลงฉ่อย ประเพณีดั้งเดิมต่างๆ และจัดให้มีสถานที่สาธิตการแสดงพื้นบ้านดังกล่าวให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมได้ตลอดทั้งปี ทั้งนี้ เพื่อเป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้กับจังหวัดที่เคยมีหรือยังคงมีการละเล่นและการแสดงพื้นบ้านดังกล่าว ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้กับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นการรักษาวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมดั้งเดิมของชนชาติไทยให้คงอยู่และเป็นที่ประจักษ์ในหมู่ชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีโอกาสเข้าชมด้วย

บรรณานุกรม

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2546). **เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน.**

ศักดิ์ชัย เสนาพรหม. (2548). **ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีของนักท่องเที่ยวไทย.** ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Molina, Arturo, and Esteban, Agueda. **Tourism Brochures.** Annals of Tourism Research, 33(4), 1036-1056.

Lehto, Xinran Y., O'Leary, Joseph T., and Morrison, Alastair M. **The Effect of Prior Experience on Vacation Behavior.** Annals of Tourism Research, 31(4), 801-818.

การศึกษากลไกและศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

The Study of Mechanism and Potential for Sustainable Nature-based Tourism Activities Arrangement in Koh Chang Area, Koh Chang Sub-District, Trat Province

พงระภี ศรีสวัสดิ์ ประชุมพร รังสีวงศ์ เจษฎาภรณ์ ยานุพรหม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Phongrapee Srisawat, Prachoomporn Rangsiwong, Jessadaporn Yanuphrom
Rajamangala University of Technology Krungthep

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษากลไกการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด 2) เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด และ 3) เพื่อหาแนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอ เกาะช้าง จังหวัดตราด เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหาร / เจ้าของกิจการ ที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประชาชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 5 ชุด มีทั้งแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง โดยคณะนักวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง การวิเคราะห์ข้อมูลถ้าเป็นแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง จะทำการวิเคราะห์เนื้อหา ส่วนแบบสอบถามทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางด้านสถิติ

ผลการวิจัยพบว่า กลไกการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบ่งได้ 2 กลุ่มคือ ผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นประชาชนในพื้นที่และผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นนักลงทุนต่างถิ่น/ต่างประเทศ ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการด้านต่างๆ จำนวน 8 ด้าน คือ 1) วัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม 2) ด้านการเงิน 3) ด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก 4) การจัดโปรแกรมกิจกรรมต่างๆ 5) การประชาสัมพันธ์และการตลาด 6) ด้านทรัพยากรมนุษย์ 7) ความปลอดภัยและความเสี่ยง และ 8) ลูกค้าสัมพันธ์ ส่วนเรื่องศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ พบว่า กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น) และ กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) มีศักยภาพในระดับสูง เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่า ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นว่า คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติที่ได้จากการท่องเที่ยวมีศักยภาพสูง แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศคิดว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนเรื่องความปลอดภัยจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวและความนิยมของกิจกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง โดยสามารถจัดทำภายใต้กรอบ 3E

คือ Enforcement (การบังคับใช้กฎหมาย หรือข้อบังคับ) Engineering (การใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนา ปรับปรุงและอนุรักษ์) และ Education (การให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและครบถ้วน)

Abstract

The major objectives of this project is firstly to research and study the mechanism on the arrangement of Sustainable Natural-Based Tourism Activities of Koh Chang Area, Koh Chang Sub-District, Trat Province, secondly to research and study the potential on the arrangement of Sustainable Natural-Based Tourism Activities of Koh Chang Area, Koh Chang Sub-District, Trat Province, and thirdly to research and study for means and accomplishment concerned the Area-Based Tourism Research for Sustainable Tourism of Koh Chang Area, Koh Chang Sub-District, Trat Province. The population and samples used in this research are the business owners, CEOs who arrange the tourists' activities and programs, local citizens, and Thai and non-Thai tourists. The research equipments have been divided into five different sets, consisted of questionnaires, and structural interviews. All information was gathered mainly by all researchers. However, the information is analyzed by statistical computer programs.

The results are obviously seen that participants can be categorized into two groups : the local investors as one group and non-local as well as foreign investors as the other group. The details related to work operation consisted of 1) objective of activities and programs, 2) financial plan, 3) facilitation factors, 4) program arrangement, 5) public relation and marketing, 6) human resources, 7) security and risk management, and the last one is 8) customer relations. From the point of views stated by Thai tourists and non-Thai tourists, the results appeared that coral snorkeling and scuba diving are very interesting and highly meaningful. Nevertheless, the results from the studies have shown that the local citizens strongly believed in the high value of natural resources and highly valued on this issue while most of Thai tourists and non-Thai tourists moderately observed the value of natural resources. In addition, the security system and popularity on tourism activities have moderately attracted the three sample groups. In spite of that, for future development, the researchers have proposed the 3E which are the enforcement, engineering and education to be considered as the news effective means for the Area-Based Tourism Research for Sustainable Tourism of Koh Chang Area, Koh Chang Sub-District, Trat Province.

คำนำ

หมู่เกาะช้าง ได้รับขนานนามว่า "อันดามันแห่งภาคตะวันออก" จากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2546) ซึ่งรายงานว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเลที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่ง บริเวณชายฝั่งทะเลด้านอ่าวไทย จากการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนทำให้หมู่เกาะช้างเป็นที่รู้จักและนิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศอย่างรวดเร็ว ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอัตราเฉลี่ยประมาณร้อยละ 25 ต่อปี นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมบนเกาะช้างอย่างชัดเจน เช่น การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อรองรับธุรกิจท่องเที่ยว วิถีชีวิตของชาวประมงพื้นบ้าน ปรับเปลี่ยนเป็นการดำเนินกิจการเรือจ้าง เป็นต้น

จากข้อมูลข้างต้น เมื่อมีการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาะช้าง ก็เริ่มส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งทางกายภาพ สังคม และวัฒนธรรมอย่างชัดเจน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีองค์ประกอบจากความพร้อมของสภาพแวดล้อม ความพร้อมของชุมชนท้องถิ่น ความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ให้เหมาะสมกับข้อมูลด้านกายภาพ สังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อม ดังนั้น คณะนักวิจัยจึงมีความสนใจที่จะมุ่งศึกษากลไก และศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน เพื่อการเตรียมมาตรการหรือแผนในการรองรับที่ดีและก่อให้เกิดประสิทธิภาพ เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์ การฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ กับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล อีกทั้งมุ่งพัฒนาสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีศักยภาพในการแข่งขันกับนานาประเทศ

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร/เจ้าของกิจการ ที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

ประชาชนในพื้นที่ ที่อยู่ในแหล่งที่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 6,262 คน

นักท่องเที่ยว ที่มาใช้บริการ ณ แหล่งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยประมาณการว่าปี 2549 จะมีนักท่องเที่ยวประมาณ 500,000 คน คิดเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศร้อยละ 35

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหาร/เจ้าของกิจการ ที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จำนวน 20 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับผู้บริหาร/เจ้าของกิจการที่ดำเนินการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทั้งกิจกรรมทางบกและกิจกรรมทางทะเล รวมจำนวน 14 กิจกรรม โดยเลือกเฉพาะผู้บริหาร/เจ้าของกิจการที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการนำเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ โดยกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการจำนวนมากจะเลือกมากกว่า 1 กิจกรรม

ประชาชนในพื้นที่ คำนวณจากสูตรยามาเน่ (Yamane. 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% คิดเป็นจำนวน 376 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling)

นักท่องเที่ยว คำนวณจากสูตรยามาเน่ (Yamane. 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% คิดเป็นจำนวน 400 คน โดยกำหนดสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทย : ชาวต่างประเทศ คือ 65 : 35 คิดเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 260 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 140 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งคณะนักวิจัยสร้างขึ้นเอง ประกอบด้วย 5 ชุด ดังนี้

1. แบบสอบถาม สำหรับประชาชนในพื้นที่ เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นิยม แบ่งเป็น 3 ตอน

2. แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง สำหรับผู้ประกอบการ (ที่พักที่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว หรือผู้ให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว) เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่นิยม แบ่งเป็น 3 ตอน

3. แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง สำหรับผู้บริหาร/เจ้าของกิจการ ที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม เพื่อหาข้อมูลกลไกและศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แบ่งเป็น 4 ตอน

4. แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเพื่อประเมินศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยจัดทำแบบสอบถามทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ แบ่งเป็น 3 ตอน

5. แบบสอบถามประชาชนในพื้นที่ เพื่อประเมินศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แบ่งเป็น 3 ตอน

ในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คณะนักวิจัย ได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. คณะนักวิจัยศึกษาเอกสาร บทความตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ข้อมูลสภาพทั่วไปของเกาะช้าง

2. สร้างกรอบแนวคิดในการวิจัยและสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

3. นำเครื่องมือที่สร้างเสร็จแล้ว ให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นด้านความตรงของเนื้อหาและความถูกต้องในการใช้ภาษา พร้อมทั้งขอคำแนะนำในการปรับปรุงแก้ไข

4. ปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือตามคำแนะนำและความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ แล้วจึงนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

3. วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research โดยการวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริหาร เจ้าของกิจการประชาชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยว ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

4. กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ณ พื้นที่เกาะช้าง ดังนี้

1. สำนักงานประสานการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ส่งหนังสือเพื่อขอเข้าร่วมประชุมกับหัวหน้าส่วนราชการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ของจังหวัดตราด

2. รับหนังสือตอบรับจากสำนักงานจังหวัด กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด ที่อนุญาตให้ คณะนักวิจัยเข้าร่วมประชุมและนำเสนอผลงาน ในการประชุมหัวหน้าส่วนราชการประจำเดือนตุลาคม 2549

3. นำเสนอโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการพัฒนาและจัดการการท่องท่องเที่ยวเชิง-พื้นที่อย่างยั่งยืน กลุ่มจังหวัดบูรพา (ชลบุรี ระยอง จันทบุรี ตราด) ณ ห้องประชุมพลอยแดง ชั้น 4 ศาลากลางจังหวัดตราด เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2549 เวลา 10.00 น.

4. รายงานตัว สัมภาษณ์ สังเกตการณ์ส่วนราชการต่างๆ เช่น กิ่งอำเภอเกาะช้าง อบต.เกาะช้าง อบต.เกาะช้างใต้ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เขต 5 (ตราด) และภาคธุรกิจ ระหว่างวันที่ 6-10 พฤศจิกายน 2549

5. รายงานตัว สัมภาษณ์ หัวหน้าอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง หัวหน้าสำนักงานการขนส่งทางน้ำที่ 6 สาขาตราด กรมขนส่งทางน้ำและพาณิชยนาวี มัคคุเทศก์ท้องถิ่น และเจ้าของกิจการที่ให้บริการดำน้ำดูปะการัง ระหว่างวันที่ 29-31 ธันวาคม 2549 และ 1 มกราคม 2550

6. สำรวจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม ณ สถานที่ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว

และสอบถามจากประชาชนในพื้นที่ ระหว่างวันที่ 1-5 เมษายน 2550

7. สัมภาษณ์ ผู้บริหาร/เจ้าของกิจการที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง เพื่อหาข้อมูลกลไกและศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ระหว่างวันที่ 6-16 เมษายน 2550

8. เก็บข้อมูลจากประชาชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยใช้แบบรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย เพื่อหาข้อมูลศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ระหว่างวันที่ 11-16 เมษายน 2550 โดยคณะนักวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

9. นำแบบรวบรวมข้อมูลการวิจัย สำหรับประชาชนในพื้นที่ มอบให้ผู้ใหญ่บ้าน หรือตัวแทนหมู่บ้าน เพื่อแจกให้ประชาชนในพื้นที่ระหว่างวันที่ 11-16 เมษายน 2550

10. เข้าร่วมประชุมประชาคมหมู่บ้านต่างๆ และขอรับแบบรวบรวมข้อมูลการวิจัยสำหรับประชาชนในพื้นที่คืน กรณีที่หมู่บ้านใดที่ได้รับแบบรวบรวมข้อมูลคืนไม่ครบจำนวน หรือไม่สมบูรณ์ คณะนักวิจัยได้แจกแบบสอบถามสำหรับประชาชนในพื้นที่ เก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง ระหว่างวันที่ 8-12 พฤษภาคม 2550 นอกจากนี้ยังมีแบบสอบถามบางส่วนที่มอบให้ผู้ใหญ่บ้าน แจกเก็บแบบสอบถาม จากนั้นคณะวิจัยจะติดต่อขอรับแบบสอบถามคืนด้วยวิธีการที่หลากหลาย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มย่อยและการจัดเวทีประชาคม ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นำเสนอเป็นคำบรรยาย

ข้อมูลเชิงปริมาณ ที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบสอบถาม ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ จำนวนและร้อยละ นำเสนอเป็นคำบรรยายประกอบตาราง

การแปลความหมาย เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ใช้หลักเกณฑ์ดังนี้

คะแนน 3.34-5.00 หมายถึง ศักยภาพการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับสูง

คะแนน 1.67-3.33 หมายถึง ศักยภาพการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนน 0.00-1.66 หมายถึง ศักยภาพการจัดกิจกรรมอยู่ในระดับต่ำ

ผลการศึกษา

จากการวิจัย เรื่อง **"การศึกษากลไกและศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด"** สามารถสรุปผลการวิจัยโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้ดังนี้

1. ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ที่มีการจัดกิจกรรมกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 กิจกรรมทางบก

1.1.1 กิจกรรมเดินป่า / ส่องสัตว์ / ดูนก

1.1.2 กิจกรรมพักแรมด้วยเต็นท์

1.1.3 กิจกรรมนั่งเรือ พายเรือคยัค ชมหิ่งห้อย ป่าชายเลน

1.1.4 กิจกรรมพักแรมวิถีชาวบ้าน (โฮมสเตย์)

1.1.5 กิจกรรมนั่งช้างเที่ยวป่าชมสวน

1.1.6 กิจกรรมขี่จักรยาน / จักรยานยนต์ / รถยนต์ชมทัศนียภาพรอบเกาะช้าง

1.1.7 กิจกรรมเที่ยวน้ำตก

1.1.8 กิจกรรมผจญภัย เช่น ไต่สะพานเชือก เสก็ตบอร์ด เป็นต้น

1.2 กิจกรรมทางทะเล

1.2.1 กิจกรรมล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวประมง

1.2.2 กิจกรรมตกปลา ปลาหมึก

1.2.3 กิจกรรมพายเรือ (แคนู คยัค)

1.2.4 กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น)

1.2.5 กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก)

1.2.6 กิจกรรมนั่งเรือนำเที่ยวชมทัศนียภาพทางทะเล

1.2.7 กิจกรรมเดินผ่านทะเลแหวก (เกาะช้าง-เกาะมันใน)

1.2.8 กิจกรรมเรือลากร่มชูชีพ

2. กลไกการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด โดยมุ่งศึกษารายละเอียดของผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมจำนวน 8 ด้าน ดังนี้

2.1 วัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม

ผู้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นคนท้องถิ่น ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรม เพื่อเป็นการสร้างรายได้เพื่อบริการจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์ธรรมชาติ โดยปรับเปลี่ยนและดัดแปลงจากวิถีชีวิตเดิม เช่น อาชีพชาวประมง อาชีพชาวสวน เปลี่ยนมาเป็นการจัดกิจกรรมทางน้ำ หรือกิจรรมพักแรมวิถีชาวบ้าน (โฮมสเตย์) กิจกรรมเดินป่า เป็นต้น

ส่วนผู้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นคนนอกพื้นที่ ส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมที่ชัดเจนแน่นอน เช่น เพื่อบริการนักท่องเที่ยวเพื่อการดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) หรือเพื่อการผจญภัย เป็นต้น

2.1 ด้านการเงิน

งบประมาณในการดำเนินงานส่วนใหญ่ประมาณ 90% เป็นเงินส่วนตัวที่เริ่มลงทุนโดยใช้งบประมาณจำนวนไม่มากและค่อยๆ พัฒนากิจกรรม โดยเพิ่มงบประมาณ หลังจากดำเนินกิจกรรมแล้วมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ยกเว้นบางกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากและเป็นไปตามมาตรฐานข้อกำหนดของการทำกิจกรรม เช่น กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) เป็นต้น ส่วนกิจกรรมจักรยานยนต์/รถยนต์ชมทัศนียภาพรอบเกาะ บางรายที่มีจำนวนรถและจำนวนจุดให้บริการมาก ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวต้องใช้เงินทุนทั้งจากการระดมทุนและแหล่งเงินกู้จากที่ต่างๆ

2.3 ด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก

กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้างเกือบทุกกิจกรรมต้องจัดบริการรถรับ-ส่ง จากที่พักไปยังแหล่งทำกิจกรรม เช่น กิจกรรมนั่งช้างเที่ยวป่าชมสวน กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น-น้ำลึก) กิจกรรมเรือลากร่มชูชีพ กิจกรรมนั่งเรือ (มาด) เป็นต้น โดยสามารถติดต่อใช้บริการได้จากผู้ให้บริการทั่วไป ทั้งจากโรงแรม รีสอร์ท หรือเคาท์เตอร์ให้บริการที่อยู่ริมถนน หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

ส่วนด้านกายภาพของแหล่งทำกิจกรรมซึ่งส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ตามธรรมชาติทั้งบนบกและทะเล รวมทั้งป่าชายเลน ซึ่งบางกิจกรรมขึ้นอยู่กับสภาพดิน ฟ้า อากาศ ฤดูกาล รวมทั้งความเสื่อมโทรมที่เกิดขึ้นกับแหล่งทำกิจกรรม

2.4 การจัดโปรแกรมกิจกรรมต่างๆ

กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น) เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอันดับสูงสุด การจัดโปรแกรมกิจกรรมมีทั้งแบบส่วนตัว (เช่าเหมา

เรือ) ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร่วมวางแผนการจัดโปรแกรมร่วมกับผู้ให้บริการ หรือเป็นแบบหมู่คณะที่ร่วมเดินทางไปกับนักท่องเที่ยวที่สนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเดียวกัน โดยผู้ให้บริการเป็นผู้กำหนดโปรแกรมกิจกรรมต่างๆ ไว้ให้ลูกค้า แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมตามสภาพดิน ฟ้า อากาศ หรือฤดูกาล

2.5 การประชาสัมพันธ์และการตลาด

ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดของผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการทำเอกสารแผ่นพับ โปสเตอร์ แฟ้มแสดงกิจกรรม โดยนำไปวางตามที่พัก ทั้งโรงแรม รีสอร์ท บังกะโล โฮมสเตย์ รวมทั้งที่พบเห็นจำนวนมาก คือ เคาท์เตอร์ที่ให้บริการอยู่ริมถนน หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านคู่มือการท่องเที่ยวเกาะช้าง ที่เป็นภาษาอังกฤษ โดยออกเป็นรายเดือน สำหรับแจกนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจ นอกจากนี้ผู้ให้บริการบางรายที่มีศักยภาพ และเงินทุนเพียงพอ ได้ดำเนินการทำการประชาสัมพันธ์ร่วมกับตัวแทนจำหน่าย (Agency) ด้านการท่องเที่ยว ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ส่วนผู้ให้บริการการท่องเที่ยวที่มีการบริหารงานโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาดำเนินการประชาสัมพันธ์และการตลาด ได้มีการจัดทำเว็บไซต์ (Website) เพื่อแนะนำกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งการติดต่อสมัคร เพื่อใช้บริการผ่านเว็บไซต์ หรือไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail)

นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนยังได้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งจังหวัดตราด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช (เดิมคือ กรมป่าไม้) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) รวมทั้งการจัดส่งเสริมประชาสัมพันธ์ในรูปแบบสารคดี และรายการแนะนำการท่องเที่ยว ผ่านระบบฟรีทีวีและเคเบิ้ลทีวี

2.6 ด้านทรัพยากรมนุษย์

ผู้ให้บริการที่จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่เป็นเจ้าของกิจการ และเป็นคนในพื้นที่ (คนเกาะช้าง) ส่วนใหญ่ผ่านการอบรม จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมทั้งได้รับใบอนุญาตในการดำเนินกิจกรรม ส่วนลูกจ้างที่มีส่วนในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว มีทั้งคนในพื้นที่ คนนอกพื้นที่ คนต่างด้าว ซึ่งแรงงานเหล่านี้ไม่ได้รับการฝึกอบรม หรืออนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งมักจะเป็นการบอกเล่า หรือการให้คำแนะนำจากเจ้าของกิจการ หรือปฏิบัติตนและแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นจากประสบการณ์

2.7 ความปลอดภัยและความเสี่ยง

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องผ่านการรับรองมาตรฐาน เช่น กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) ต้องปฏิบัติตามกฎของ PADI และกิจกรรมผจญภัย ของ Tree Top Adventure Park ต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดของมาตรฐานประเทศฝรั่งเศส XP S 52-902 มีการให้นำแนะนำ และข้อกำหนดต่างๆ ในการปฏิบัติตนทุกขั้นตอนของการทำกิจกรรม ซึ่งจัดได้ว่าเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความปลอดภัยสูง รวมทั้งมีการตรวจสอบอุปกรณ์ และการกำหนดอายุการใช้งานของอุปกรณ์นั้นๆ

ส่วนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวบนเกาะช้าง คือ กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น) ผู้ให้บริการจัดให้มีอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องตามข้อกำหนด เช่น เสื้อชูชีพ อุปกรณ์ปฐมพยาบาล เจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัย แต่พบว่า ผู้ให้บริการไม่ได้แนะนำวิธีการใช้อุปกรณ์ หรือการปฏิบัติระหว่างการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งภาษาไทยและภาษา

ต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานราชการคอยตรวจสอบและกำกับดูแล เช่น กรมขนส่งทางน้ำและพาณิชยนาวี ตำรวจท่องเที่ยว เป็นต้น

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีหลากหลายและใช้เงินทุนไม่สูงมากนักที่กระจายอยู่ทั่วทั้งเกาะช้าง เช่น กิจกรรมเดินป่า/ส่องสัตว์/ดูนก หรือกิจกรรมนั่งช้างเที่ยวป่าชมสวน ผู้ให้บริการจะมีการให้คำแนะนำ และป้องกันเบื้องต้น ส่วนกิจกรรมขี่จักรยานยนต์ ซึ่งมี ผู้ให้บริการจำนวนมากทั้งรายเล็กและรายใหญ่ มักจะไม่มีคำแนะนำในการใช้กฎจราจร หรือเส้นทางที่ควรเพิ่มความระมัดระวัง อีกทั้งการบังคับให้ใส่หมวกนิรภัย หรือขนาดของหมวกนิรภัย ไม่สัมพันธ์กับลักษณะ รูปร่างของชาวต่างประเทศ

2.8 ลูกค้าสัมพันธ์

ผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวปัจจุบันมีการแข่งขันกันทั้งด้านราคา การให้บริการ และลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดี เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการอีกครั้ง หรือการกระจายข่าว บอกต่อให้เพื่อนนักท่องเที่ยวได้มาใช้บริการในโอกาสต่อไป โดยเน้นการสร้างมิตรภาพที่ดี (Friendly) ให้เกิดความประทับใจในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มากที่สุด แต่อาจจะมีข้อจำกัดสำหรับผู้ให้บริการกิจกรรมที่เป็นที่นิยม โดยเฉพาะกิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น) โดยเฉพาะช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ ที่มีผู้มาใช้บริการจำนวนมาก จึงอาจทำให้บริการไม่ทั่วถึงและไม่เกิดความประทับใจ

3. ศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

3.1 ศักยภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บนพื้นที่เกาะช้าง ตามทัศนะของนักท่องเที่ยว

3.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นเห็นว่ากิจกรรมทางบกที่มีศักยภาพสูง คือ กิจกรรมพักแรมวิถีชาวบ้าน (โฮมสเตย์) และกิจกรรมนั่งเรือ พายเรือคยัค ชมหิ่งห้อย ป่าชายเลน ส่วนกิจกรรมทางบกที่เหลือมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกิจกรรทางทะเลที่มีศักยภาพสูง คือ กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) กิจกรรมเรือลากล่มชูชีพ กิจกรรมพายเรือ (แคนูคยัค) กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น) และกิจกรรมนั่งเรือนำเที่ยวชมทัศนียภาพทางทะเล ส่วนกิจกรรมทางทะเลที่เหลือมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง

3.1.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า กิจกรรมทางบกที่มีศักยภาพสูง คือ กิจกรรมนั่งช้างเที่ยวป่าชมสวน และกิจกรรมเที่ยวน้ำตก ส่วนกิจกรรมทางบกที่เหลือมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนกิจกรรมทางทะเลที่มีศักยภาพสูง คือ กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น) และกิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) ส่วนกิจกรรมทางทะเลที่เหลือมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง

จากข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพกิจกรรมการ-ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บนพื้นที่เกาะช้าง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ พบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีศักยภาพสูง คือ กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น) และกิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวถือว่าเป็นจุดเด่นและจุดขายของการท่องเที่ยวบนเกาะช้างอยู่ในปัจจุบัน

3.2 ศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บนพื้นที่เกาะช้าง โดยพิจารณาจาก 4 หัวข้อดังนี้

3.2.1 คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติที่ได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นโดยรวม ต่อคุณค่าของ

ทรัพยากรธรรมชาติที่ได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยว ของประชาชนในพื้นที่ มีความคิดเห็นว่ามีศักยภาพในระดับสูง ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นว่าศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง

3.2.2 ความปลอดภัยจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นโดยรวม ด้านความปลอดภัยจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ตามความคิดเห็นโดยรวมของประชาชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าว่ามีศักยภาพในระดับปานกลาง

3.2.3 ความนิยมของกิจกรรมการท่องเที่ยว

ความคิดเห็นโดยรวม ด้านความนิยมของกิจกรรมการท่องเที่ยว ตามความคิดเห็นโดยรวมของประชาชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความคิดเห็นว่ามีศักยภาพในระดับสูง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความคิดเห็นว่ามีศักยภาพในระดับปานกลาง

3.2.4 ข้อจำกัดของกิจกรรมในการรองรับนักท่องเที่ยว

ความคิดเห็นโดยรวม ด้านข้อจำกัดของกิจกรรมในการรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า ประชาชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความคิดเห็นสอดคล้องกันเกี่ยวกับข้อจำกัดของกิจกรรมในการรองรับนักท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ 1) กิจกรรมฯ ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ 2) กิจกรรมฯ ขึ้นอยู่กับฤดูกาล และ 3)กิจกรรมฯ มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว ต่อครั้ง ต่อวัน แต่เมื่อพิจารณาข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่าคำตอบ **"ไม่ทราบ"** ข้อจำกัดของกิจกรรมในการรองรับนักท่องเที่ยวอยู่ประมาณร้อยละ 50 เกือบทุกข้อ

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่ากลไกการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด สามารถแบ่งผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นประชาชนในพื้นที่

ประชาชนในพื้นที่หลายรายที่เริ่มเข้ามาดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งส่วนใหญ่*วัตถุประสงค์*เริ่มต้นของการดำเนินงานคือ การสร้าง/เพิ่มรายได้ จากอาชีพปกติคืออาชีพประมง ชาวสวน ชาวไร่ โดยใช้สถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ต่างๆ ที่มีอยู่แล้วดัดแปลงตามความเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวประมง กิจกรรม ตกปลา ปลาหมึก กิจกรรมพายเรือ กิจกรรมพักแรมวิถีชาวบ้าน (โฮมสเตย์) เป็นต้น ซึ่งการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวเริ่มต้นการดำเนินการจากวิถีชีวิตปกติ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การศึกษาดูงาน การอบรมจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว จนเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีรูปแบบอยู่ในปัจจุบัน ส่วนด้านงบประมาณในการลงทุนจะเป็นเงินทุนส่วนตัวภายในครอบครัว โดยเริ่มจากกิจการขนาดเล็กๆ เมื่อมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ก็เริ่มขยาย-ปรับปรุง กิจการ*ด้านกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก* สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวขนาดเล็ก พบว่ามีความพร้อมในระดับน้อย ไม่ว่าจะเป็นรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยว ที่จอดรถ การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ แต่ที่พบเห็นสำหรับกิจกรรมทางน้ำที่ผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวมีไว้ให้บริการ คือ เสื้อ ชูชีพ หน้ากากดำน้ำ หรือตามที่หน่วยงานภาครัฐกำหนด *ด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรม*

ต่างๆ ผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวได้จัดโปรแกรมการทำกิจกรรมไว้บางส่วน ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบางกิจกรรมต้องขึ้นอยู่กับสภาพของลม ฟ้า อากาศ น้ำขึ้น น้ำลึก เดือนมืด เดือนหงาย โดยผู้ให้บริการจะแจ้งให้ทราบว่าช่วงเวลาใด สามารถทำกิจกรรมใดได้บ้าง แต่โปรแกรมการทำกิจกรรมดังกล่าวสามารถปรับเปลี่ยน โดยให้ผู้ใช้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดโปรแกรมการทำกิจกรรมนั้นๆ ได้บางกรณี *ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด* กลุ่มที่ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวระดับชาวบ้าน ปัจจุบันได้เริ่มมีการทำแผ่นพับ นามบัตร สำหรับไว้แจกลูกค้า ร่วมทั้งการจัดตั้งกลุ่ม หรือชมรมเกี่ยวกับการนำเที่ยวของชุมชนต่างๆ เพื่อสร้างเครือข่าย เช่น โฮมสเตย์ บริเวณบ้านสลักเพชร ที่มีการรวมกลุ่มเพื่อรวมกันดูแล ส่งเสริม และพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน ซึ่งกลุ่มดังกล่าวมีรูปแบบการประชาสัมพันธ์และการตลาด คือ การบอกต่อ สำหรับผู้ที่เคยมาใช้บริการ โดยแนะนำญาติ เพื่อน หรือสมาชิกกลุ่มต่างๆ ให้มาใช้บริการเพราะเกิดความประทับใจ *ด้านทรัพยากรมนุษย์* ส่วนใหญ่เจ้าของกิจการที่ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว จะเป็นผู้ที่ได้เข้ารับการอบรม จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยให้ทำความรู้ เทคนิค วิธีการดำเนินกิจกรรม มาถ่ายทอดให้สมาชิก หรือผู้ที่มีส่วนในการดำเนินกิจกรรม รับทราบและปฏิบัติ โดยที่ส่วนใหญ่สมาชิก หรือผู้ที่มีส่วนในการดำเนินกิจกรรมเป็นประชาชนในพื้นที่ ยกเว้นบางกิจกรรมที่มีการใช้แรงงานต่างด้าว *ความปลอดภัยและความเสี่ยง* เมื่อเจ้าของกิจการได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับมาตรฐานต่างๆ ด้านความปลอดภัย โดยส่วนใหญ่จะสรรหาอุปกรณ์ป้องกันภัยตามข้อกำหนด แต่ยังขาดเจ้าหน้าที่ที่คอยดูแล ให้คำแนะนำหรือวิธีการต่างๆ กรณีเกิดอุบัติเหตุ หรือแหตุฉุกเฉิน *ลูกค้าสัมพันธ์* เจ้าของ หรือผู้ดำเนินการเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นประชาชนในพื้นที่และยังมีวิถีชีวิตแบบดังเดิม จะเป็นผู้ที่มีอัธยาศัยและน้ำใจงาม ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ยกเว้นเจ้าหน้าที่ หรือผู้ให้บริการบางรายที่เป็นคนรุ่นใหม่ที่ยังขาดการสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับผู้มาใช้บริการ เพราะมุ่งหวังแต่รายได้จากการท่องเที่ยว

2. ผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นนักลงทุนต่างถิ่น/ต่างประเทศ

กลุ่มผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะมี *วัตถุประสงค์* ที่ชัดเจนและแน่นอน เช่น กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) กิจกรรมผจญภัย กิจกรรมเรือลากร่มชูชีพ กิจกรรมนั่งช้างเที่ยวป่าชมสวน เป็นต้น ส่วน *ด้านการลงทุน* สำหรับกิจกรรมในกลุ่มนี้ค่อนข้างใช้เงินลงทุนสูงทั้งนี้เป็นไปตามข้อกำหนดหรือมาตรฐานสำหรับการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องเช่า-ซื้อที่ดินสำหรับทำสำนักงาน หรือแหล่งทำกิจกรรม *ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม* ส่วนใหญ่ผู้ให้บริการกลุ่มนี้ได้ศึกษารูปแบบ วิธีการ หรือมีประสบการณ์ในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวมาเป็นอย่างดีแล้ว เช่น จัดให้มีรถรับ-ส่ง อุปกรณ์ป้องกันภัยต่างๆ ขณะทำกิจกรรมที่ได้มาตรฐาน เป็นต้น *ด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมต่างๆ* ส่วนใหญ่ค่อนข้างเป็นรูปแบบที่แน่นอน เช่น กิจกรรมผจญภัย ที่กำหนดเส้นทางในการทำกิจกรรม (ไม่ได้กำหนดเวลา) หรือกิจกรรมเรือลากร่มชูชีพที่กำหนดเวลาในการทำกิจกรรม เป็นต้น *ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด* กลุ่มนี้ถือว่าได้เปรียบและเป็นตัวอย่างให้กับกลุ่มประชาชนในพื้นที่ในเรื่องการจัดทำการประชาสัมพันธ์และการตลาด เช่น การทำแผ่นพับ โปสเตอร์

เคาท์เตอร์ติดต่อ นามบัตร โทรศัพท์ โทรสาร เว็บไซต์ แฟ้มสะสมผลงานและการรวมกลุ่มเพื่อสร้างเครือข่าย เป็นต้น *ด้านทรัพยากรมนุษย์* พบว่า เจ้าของกิจการที่ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้ มีการศึกษา มีใบอนุญาตในการประกอบอาชีพ ในขณะเดียวกันพบว่า ผู้ที่เป็นเจ้าหน้าที่ทั้งที่เป็นประชาชนในพื้นที่ ต่างพื้นที่ ต่างด้าว ยังไม่ได้รับการพัฒนาเกี่ยวกับคุณภาพในการให้บริการ หรือมาตรฐานการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เท่าที่ควร ส่วน*ด้านความปลอดภัยและความเสี่ยง* กิจกรรมการท่องเที่ยวใดที่ถูกควบคุมด้วยมาตรฐานการให้บริการมักจะมีความปลอดภัยในระดับที่สูง เช่น กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำลึก) กิจกรรมผจญภัย เป็นต้น ส่วน*ด้านลูกค้าสัมพันธ์* สำหรับกลุ่มผู้ให้บริการกลุ่มนี้จะมีการสร้างสัมพันธภาพกับนักท่องเที่ยวน้อย เพราะส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเลือกมาใช้บริการเพราะเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะทาง และมีมาตรฐานสากล ราคาค่อนข้างสูง

ศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่ากิจกรรมดำน้ำดูปะการัง (น้ำตื้น) และกิจกรรมดูปะการัง (น้ำลึก) มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวไทย ยังมีความคิดเห็นว่า กิจกรรมพักแรมวิถีชาวบ้าน (โฮมสเตย์) กิจกรรมนั่งเรือ พายเรือคยัค ชมหิ่งห้อง ป่าชายเลน กิจกรรมพายเรือ (แคนู คยัค) กิจกรรมนั่งเรือนำเที่ยวชมทัศนียภาพทางทะเล และกิจกรรมเรือลากร่มชูชีพ มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีความคิดเห็นว่ากิจกรรมนั่งช้างเที่ยวป่าชมสวน กิจกรรมเที่ยวน้ำตก มีศักยภาพอยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเทียน อัจจิมางกูร, ศันสนีย์ หวังวรลักษณ์ และจันทรา ศรีสมวงศ์. (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ชุมชนประมงเกาะช้าง : ผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว พบว่ารายได้ของครอบครัวเพิ่มขึ้นจากการให้บริการเรือนำเที่ยวในบริเวณแนวปะการังเป็นหลัก การให้บริการเรือนำเที่ยวป่าชายเลน เรือบริการตกปลา และการบริการบ้านพักแบบโฮมสเตย์ นอกจากนี้ แสงเทียน อัจจิมางกูร และ ศันสนีย์ หวังวรลักษณ์ (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของประชาชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างไม่พอใจต่อความปลอดภัยในการนั่งเรือหางยาว หรือเรือเร็วรอบเกาะ คิดเป็นร้อยละ 17.2 และไม่พอใจต่อกิจกรรมการว่ายน้ำ ดำน้ำ หรือเล่นกีฬาทางน้ำ ร้อยละ 19.3 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 70 รู้สึกพอใจมากต่อกิจกรรมต่อไปนี้ คือ การเที่ยวป่าดูนก การตกปลาเพื่อการพักผ่อน การเที่ยวน้ำตก และการนั่งเรือชมรอบเกาะ ส่วนกิจกรรมว่ายน้ำดูปะการังโดยใช้หน้ากาก (Snorkeling) การดำน้ำโดยใช้ท่ออากาศหายใจ (Scuba Diving) การขี่ช้าง การเที่ยวป่าชายเลน มีกลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 60 ที่รู้สึกพอใจมาก และยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวนมากกว่าร้อยละ 10 ไม่พอใจกิจกรรมการอาบแดด การไต่เขา และการเที่ยวรอบเกาะทางบก โดยที่ศักยภาพการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ขึ้นอยู่ที่ความพร้อมของผู้ให้บริการด้านต่างๆ ในการจัดกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการจนเกิดความพึงพอใจที่ประกอบด้วย 1) คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติที่ได้จากการกิจกรรมการท่องเที่ยว 2) ข้อจำกัดของกิจกรรมในการรองรับนักท่องเที่ยว 3) ความปลอดภัยจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว และ 4) ความนิยมของกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีข้อมูลสนับสนุนที่เป็นงานวิทยานิพนธ์ของ

ศลิษา หมัดลัง (2549) ที่ทำการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาชุมชนบ้านคลองสน กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด พบว่า ชาวคลองสนเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 2) งานบริการ ซึ่งประกอบด้วย งานบริการนำเที่ยว งานบริการการเดินทาง งานบริการด้านอาหาร งานบริการด้านที่พักอาศัย งานบริการด้านข้อมูลความรู้ และ 3) งานดูแลความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว โดยที่ชุมชนมีการวางแผนในการกำหนดพื้นที่บริการทั่วไป ได้แก่ที่จอดรถ ร้านค้า พื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ และมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้จัดสร้างเครือข่ายในการดูแลโดยร่วมมือกับชมรมนำเที่ยวพื้นบ้านในการดูแลทรัพยากรในท้องถิ่น ดำเนินการปลูกจิตสำนึกของประชาชนในพื้นที่ และจัดกิจกรรมเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีหน่วยงานราชการที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเข้าไปให้ความรู้และจัดอบรมชาวบ้าน

แนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยคณะนักวิจัยได้รวบรวมข้อมูลและสรุปเป็นข้อๆ ได้ดังนี้

1. นโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน

2. การมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

3. การบริการด้านข้อมูลข่าวสาร ความรู้และการประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ควรมีกำหนดขอบเขตและมาตรฐาน

4. การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ควรมีการกำหนดขอบเขต และมาตรฐาน

5. การบริการด้านการรักษาความปลอดภัยของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ควรมีการกำหนดขอบเขตและมาตรฐาน

6. การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานเพื่อการพัฒนาและการจัดการความปลอดภัยของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กรณีศึกษาการท่องเที่ยวทางทะเล มีแนวทางเพื่อให้เกิดมาตรฐาน

บทสรุปแนวทางในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยเสนอกรอบเครื่องมือในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยใช้หลัก 3E ซึ่งประกอบด้วย

1. Enforcement คือ การบังคับใช้กฎหมาย หรือข้อบังคับ รวมทั้งการควบคุมทางสังคม เช่น ในหมู่บ้าน หรือกลุ่มผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการควบคุมการใช้ทรัพยากร โดยยึดขนบธรรมเนียม แบบแผน จารีตประเพณี วัฒนธรรม หรือกฎระเบียบของหมู่บ้าน) เพื่อป้องกันและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยใช้อำนาจบังคับ

2. Engineering คือ กลุ่มผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรใช้ความรู้ทางวิศวกรรมศาสตร์ เทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์ สารสนเทศ เพื่อการพัฒนา ปรับปรุง อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความรู้ความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน ภายใต้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์

3. Education คือ การให้ความรู้และข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและครบถ้วน ทั้งทางตรงและ

ทางอ้อม เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างถูกต้องและเหมาะสม เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน (เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว ประชาชน นักท่องเที่ยว) ได้ตระหนักถึงความสำคัญและปฏิบัติตาม

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษาเพิ่มเติม ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ซึ่งต้องศึกษาทุกช่วงเวลา (เดือน) ทุกฤดูกาล เพื่อการวางแผนหรือการปรับกลยุทธ์การท่องเที่ยวเกาะช้างตลอดทั้งปี

2. เปรียบเทียบวิธีการดำเนินงานของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่เจ้าของกิจการเป็นประชาชนในพื้นที่ กับเจ้าของกิจการที่เป็นคนนอกพื้นที่ หรือต่างประเทศ

3. ศึกษาเฉพาะกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่บริหารและดำเนินการโดยประชาชนในพื้นที่ โดยการจัดตั้งศูนย์บริการสำหรับให้คำแนะนำ ปรึกษา ฝึกอบรมประชาชนและเจ้าหน้าที่สำหรับการบริการ

4. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างครอบครัวที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว กับครอบครัวที่ไม่มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

5. กำหนดรูปแบบ และวิธีการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สำหรับกลุ่มที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวน้อย ได้แก่ บ้านคลองนนทรี บ้านด่านใหม่ บ้านเจ๊กแบ้ บ้านสลักคอก และบ้านสลักเพชรเหนือ เพื่อกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว สร้างความเข้มแข็งของชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชนทุกชนชนบนเกาะช้างในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน

6. ติดตามการปฏิบัติตามข้อกำหนด หรือมาตรฐานการให้บริการ ของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

บรรณานุกรม

กิ่งอำเภอเกาะช้าง. (2538) **รายงานสรุปกิ่งอำเภอเกาะช้าง ปี พ.ศ. 2538.** ตราด : ตราดการพิมพ์.

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. (2538). **"**ศักยภาพสำคัญอย่างไรต่อแหล่งท่องเที่ยว**". จุลสารการท่องเที่ยว** ปีที่ 8 เล่มที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน 2538) : 42-45.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.** กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์ ดีไซน์.

บุปผา วงษ์พันธุ์ทา. (2544). **การประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.** การค้นคว้าแบบอิสระ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ศลิษา หมัดลัง. (2549). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษาชุมชนบ้านคลองสน กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์มหาบัณฑิต (สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา) มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

แสงเทียน อัจจิมางกูร และศันสนีย์ หวังวรลักษณ์. (2547). **ความพึงพอใจของประชาชนต่อการ**

พัฒนาการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง. บทความงานวิจัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะประมง ภาควิชาการจัดการประมง.

แสงเทียน อัจจิมางกูร, ศันสนีย์ หวังวรลักษณ์ และจันทรา ศรีสมวงศ์. (2549). **ชุมชนประมงเกาะช้าง : ผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยว.** บทความงานวิจัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะประมง ภาควิชาการจัดการประมง.

เอ็นริช คอนซัลแตนท์. (2548) **โครงการศึกษาเกณฑ์กำหนดมาตรฐานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ.** รายงานความก้าวหน้า (Progress Report).

Shirley Eber. (1992) **Beyond the Green Harizon, Principles for Sustainable Tourism.** Surrey : Word Wide Fund for Nature (WWF).

Yamane, Taro (1973). **Statistics : an introductory analysis.** New York : Harper&Row.

การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้เพื่อการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ ในเขตอีสานใต้

A study of the viability of linking tourist destinations in Southern Laos with regional tourist destinations in Southern Isan

สมหมาย ชินนาค วัชรี ศรีคำ เสริม ผลเพิ่ม
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
Sommai Chinnak, Watcharee Srikham, Serm Phonperm
Ubon Ratchathani University

กาญจนา ชินนาค
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Kanjana Chinnak
Ubon Ratchathani Rajabhat University

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ (1) เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ลาวตอนใต้ (2) เพื่อวิเคราะห์และจัดกลุ่มประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้ (3) เพื่อศึกษาแนวทางในการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวตอนใต้ กับแหล่งท่อง-เที่ยวในพื้นที่เขตอีสานใต้ (4) เพื่อศึกษาแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

พื้นที่ที่ศึกษาได้แก่ ลาวใต้ ซึ่งหมายถึง แขวง (จังหวัด) 4 แขวงในลาวตอนใต้ได้แก่ จำปาสัก อัตตะปือ เซกอง และสาละวัน ซึ่งมีอาณาเขตติดต่อกับอีสานใต้ ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ

ผลการศึกษาพบว่า

(1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวในลาวใต้ซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษานั้นมีความหลากหลายมาก โดยสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีและแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต เทศกาลงานประเพณี ชุมชนสินค้าหัตถกรรม

ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวในลาวใต้ที่เก็บข้อมูลได้นั้นมีจำนวน 46 แห่ง แยกเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 24 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และโบราณคดี จำนวน 12 แห่งและแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต เทศกาลงานประเพณี ชุมชนสินค้าหัตถกรรม จำนวน 10 แห่ง

เมื่อจำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นแต่ละแขวงก็จะพบว่า แขวงจำปาสักมีทรัพยากรแหล่งท่อง-เที่ยวมากที่สุด (17 แห่ง) รองลงมา คือ อัตตะปือ (12 แห่ง) รองลงมา คือ เซกอง (10 แห่ง) และสุดท้าย คือ สาละวัน (7 แห่ง)

(2) แนวทางในการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้กับลาวใต้นั้น สามารถพิจารณาใน 2 ประเด็น คือ แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว และแนวทางการจัดโครงข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยง

สำหรับแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว จะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของทรัพยากร และความต้องการของตลาด ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่าสามารถที่จะพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวได้ประมาณ 5 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเส้นทางอารยธรรมขอม การท่องเที่ยวแม่น้ำโขง การท่องเที่ยวชายแดน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์

ส่วนแนวทางการจัดโครงข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงนั้น เมื่อพิจารณาจากปัจจัย 4 ด้านประกอบกันคือ (1) ความต่อเนื่องของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน ให้สามารถถูกใช้ร่วมกัน (2) ความสามารถในการผสมผสานการใช้ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นกลุ่มและมีความหลากหลาย (3) ความเอื้ออำนวยของโครงข่ายเส้นทางคมนาคมที่มีอยู่และเส้นทางในอนาคตที่จะทำให้การเชื่อมโยงในทางภูมิศาสตร์เป็นไปได้จริงและ (4) ความต้องการของตลาด สามารถที่จะนำเสนอโครงข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างอีสานใต้กับลาวใต้ ได้เป็น 3 ลักษณะ คือ โครงข่ายความเชื่อมโยงระยะสั้น โครงข่ายความเชื่อมโยงระยะกลางและโครงข่ายความเชื่อมโยงระยะยาว

(3) แนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านนั้น ควรประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงผสมผสาน ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ยุทธศาสตร์ตลาดร่วมด้านการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์แก้ไขและปรับปรุงเงื่อนไขการพัฒนาการท่องเที่ยว

Abstract

The research project has four main objectives: 1) to study and collect information on tourist destinations in Southern Laos; 2) to analyze and categorize Southern Lao tourist destinations; 3) to study the possibility of linking Southern Lao and Southern Isan tourist destinations; and 4) to study viable strategies for promoting sustainable tourism in the Southern Isan region and to develop linkages with neighboring countries.

The study area includes 4 provinces of Southern Laos: Champassak, Attapeu, Xekong, and Salavan, i.e. the area adjacent to Southern Isan. Research methodology is based primarily on survey data.

Results of the study:

1. Southern Lao tourism resources are diverse. The 46 tourist destinations under study here can be divided into 3 main categories: 24 'nature' destinations; 12 'historical and archaeological' destinations; and 10 'way-of-life' destinations, the latter of which includes traditions and festivals, community life, and handicrafts. Of the 36 provincial tourism destinations, 17 are in Champassak, 12 are in Attapeu, 10 are in Xekong, and 7 are in Salavan.

2. Linkages between Southern Lao and Southern Isan tourist destinations can be viewed across two dimensions; tourism pattern development and linking the management of tourism networks. Tourism pattern development relies on suitable resources and market demands. Between Southern Laos and Southern Isan, there are 5 main tourism patterns, including ancient Khmer civilization tourism, Mekong River tourism, border tourism, eco-tourism and ethnic tourism.

Linking the management of tourism networks involves 4 main factors: 1) continuity, in which similar tourism resources can be used together; 2) the ability to integrate clustered and diverse tourism resources; 3) transportation network facilities, i.e. both present-day and future transportation routes which can foster geographical linkages; and 4) market needs, which will link Southern Laos and Southern Isan into short, medium, and long-term tourism networks.

3. Viable strategies for promoting sustainable tourism in the Southern Isan region, and developing linkages to neighboring countries consists of 4 main strategies: an integrated tourism development strategy; a cooperative tourism development strategy; a sharing of tourism marketing strategies; and a strategy for improving the conditions of tourism development.

คำนำ

แนวโน้มการท่องเที่ยวในกรณีของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ของไทย มิอาจที่จะแยกออกไปจากแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน เพราะสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมานั้น พบว่า การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร สาเหตุสำคัญประการหนึ่งก็คือ การขาดการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ รวมทั้งกับประเทศเพื่อนบ้าน ดังผลการประชุมระดมความคิดเพื่อกำหนดกรอบในการวิจัย ธนาคารข้อมูลเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ระยะที่ 1 ที่ระบุว่า การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ โดยผ่านการพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพ และมีการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งใช้ยุทธศาสตร์การพึ่งพาทางการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน (ลาวและกัมพูชา) จะสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้ยั่งยืนได้

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมีความเห็นร่วมกันว่า การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสู่กลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพิ่มมากขึ้นนั้น จะต้องมองที่การท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านด้วย เหตุนี้เอง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีงานวิจัยที่ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ดังกล่าว ที่สามารถเห็นภาพความเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเขตอีสานใต้ของไทย และแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งในครั้งนี้คณะผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ 4 แขวงภาคใต้ของลาว ได้แก่ จำปาสัก อัตตะปือ เซกอง และสาละวัน เพื่อนำไปใช้สำหรับกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในเขตพื้นที่ดังกล่าว ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาคต่อไป

สำหรับวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยมีอยู่ 4 ข้อด้วยกันคือ (1) เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ลาวตอนใต้ (2) เพื่อวิเคราะห์และจัดกลุ่มประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้ (3) เพื่อศึกษาแนวทางในการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวตอนใต้ กับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอีสานใต้ และ (4) เพื่อศึกษาแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

ทั้งนี้คำถามการวิจัยก็มีทั้งสิ้น 4 ข้อด้วยกันคือ (1) แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในพื้นที่อีสานใต้ และลาวตอนใต้มีอะไรบ้าง อยู่ที่ไหนและมีความสำคัญอย่างไร (2) แหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้และลาวใต้แบ่งเป็นกี่กลุ่ม อะไรบ้าง (3) เส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวตอนใต้ กับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอีสานใต้

ที่น่าจะเป็นไปได้ มีกี่เส้นทาง อะไรบ้าง และ (4) แนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านควรเป็นอย่างไร

สำหรับระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ส่วนกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยเริ่มต้นจากการวิเคราะห์บริบทของแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้ ในแง่ของที่ตั้งและประเภทของแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จากนั้นจึงวิเคราะห์แนวทางการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างลาวใต้กับลาวใต้ ก่อนที่จะนำไปสู่การนำเสนอข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์

ประชากรที่ศึกษาได้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลงานด้านการท่องเที่ยว ส่วนกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวลาวใต้ จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เลือกจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวลาวใต้กับบริษัทเสริมทรัพย์ทัวร์ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในเขตจังหวัดอีสานใต้ จำนวน 5 ราย โดยการสุ่มแบบเจาะจง คือเลือกจากรายชื่อที่บริษัทเสริมทรัพย์ทัวร์ในฐานะที่เป็นผู้ร่วมวิจัยกำหนดมา และเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขต 2 จำนวน 1 คน โดยเป็นการเลือกแบบเจาะจง (หัวหน้าหรือผู้แทน)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามนักท่องเที่ยว เนื่องจากโครงการวิจัยนี้ ต้องการทราบความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้ กับแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ที่เป็นไปได้ ดังนั้นโครงการจึงได้จัดทำการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยว

ทั้งนี้ เนื้อหาแบบสอบถามประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้ กับแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ที่เป็นไปได้ และส่วนที่ 3 เป็นการสอบถามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการทดลองสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับบริษัทเสริมทรัพย์ทัวร์ จำนวน 5 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ความถี่และค่าร้อยละ

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะประกอบด้วย การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาข้อมูลเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการสืบค้นข้อมูลทางเวบไซต์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ลาวตอนใต้

การสำรวจภาคสนาม เป็นการลงสำรวจแหล่งท่องในพื้นที่ลาวใต้ทั้ง 4 แขวง (จำปาสัก สาละวัน อัตตะปือ และเซกอง) เพื่อสำรวจทั้งลักษณะกายภาพ และการประเมินศักยภาพ ในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวกับอีสานใต้ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 คือ (1) เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ลาวตอนใต้ (2) เพื่อวิเคราะห์และจัดกลุ่มประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้

การสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามที่จัดทำขึ้น โดยเป็นการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของบริษัทเสริมทรัพย์ทัวร์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อศึกษาแนวทางในการเชื่อมโยง

ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวตอนใต้ กับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอีสานใต้

การสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ปรับรูปแบบจากการจัดประชุมระดมความคิดตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อครั้งที่ได้นำเสนอความก้าวหน้าของรายงานครั้งที่ 1 ที่จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายก็คือ ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ของรัฐ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ 4 คือ (3) เพื่อศึกษาแนวทางในการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวตอนใต้ กับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอีสานใต้ (4) เพื่อศึกษาแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนา และการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

การวิเคราะห์ข้อมูลนั้น การศึกษาครั้งนี้อาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร แบบสอบถาม การศึกษาภาคสนามและการสัมภาษณ์ อันเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพเป็นหลัก แต่ก็จะมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปของตารางประกอบ

ระยะเวลาทำการวิจัยระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2549-พฤษภาคม พ.ศ. 2550 โดยรวบรวมข้อมูลและทำการวิจัยในภาคอีสาน และ สปป.ลาว

ผลการศึกษา

จากการศึกษาได้ผลสรุปดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ศึกษา

จากการศึกษาพบว่า พื้นที่ศึกษานั้นมีความหลากหลายในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมาก โดยสามารถจำแนกออกเป็น 3 ประเภทคือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต เทศกาลงานประเพณี ชุมชนสินค้าหัตถกรรม

ทั้งนี้จากผลการศึกษาพบว่า แหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ มีทั้งสิ้นประมาณ 219 แห่ง ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ จำนวน 91 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา จำนวน 102 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี จำนวน 26 แห่ง

จากข้อมูลดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าอีสานใต้อุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา มากที่สุด รองลงมาก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม วิถีชีวิต เทศกาลและงานประเพณี ตามลำดับ ดังนั้นการนิยามว่า **“อีสานใต้เป็นดินแดนแห่งปราสาทขอม”** ก็น่าจะมีความเหมาะสมในระดับหนึ่ง

ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวในลาวใต้ที่เก็บข้อมูลได้นั้นมีจำนวน 46 แห่ง แยกเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จำนวน 24 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และโบราณคดี จำนวน 12 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวประเภทวิถีชีวิต เทศกาลงานประเพณี ชุมชนสินค้าหัตถกรรม จำนวน 10 แห่ง

เมื่อจำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นแต่ละแขวงก็จะพบว่า แขวงจำปาสักมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด (17 แห่ง) รองลงมา คือ อัตตะปือ (12 แห่ง) รองลงมา คือ เซกอง (10 แห่ง) และสุดท้าย คือ สาละวัน (7 แห่ง)

2. แนวทางในการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวตอนใต้ กับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เขตอีสานใต้

ผลการศึกษา พบว่า เมื่อทำการวิเคราะห์การท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษา ใน 4 ประเด็นย่อย คือ (1) การประเมินศักยภาพการพัฒนาการท่องเที่ยว (2) การประเมินผลดีและผลเสียของ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ระหว่างอีสานใต้กับลาวใต้ (3) การประเมินความพร้อมการพัฒนาเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้กับลาวใต้ และ (4) การประเมินความเหมาะสมของการพัฒนาความเชื่อมโยง ประกอบกับข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามและจากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวแล้ว ก็สามารถนำเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงอีสานใต้-ลาวใต้ ได้ 2 ประเด็น คือ แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวและแนวทางการจัดโครงข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ดังนี้

(1) แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว

ในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยวในพื้นที่ลาวใต้และอีสานใต้นั้น จะขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของทรัพยากร และความต้องการของตลาด ดังคำพูดของคุณสมชาย สุรพัฒน์ กรรมการผู้จัดการบริษัทอุบลเถกิงทัวร์ จำกัด ที่ว่า **"**โดยแนวทางของการทำทัวร์ อะไรขายได้ก็จะขายหมด ฉะนั้น เส้นทางไหนที่นักท่องเที่ยวสนใจ ทัวร์ก็จะต้องพยายามขายให้ได้**"** จากการวิเคราะห์ พบว่า สามารถที่จะพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวได้ประมาณ 5 รูปแบบ ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวเส้นทางอารยธรรมขอม

เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และโบราณคดี ซึ่งจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มตลาดเฉพาะและมีความสำคัญในพื้นที่ เช่น นักท่องเที่ยวตะวันตก ญี่ปุ่นและนักท่องเที่ยวประเภทนักเรียน นักศึกษา ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม แนวทางการจัดการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงระหว่างจุดท่องเที่ยวในพื้นที่ระหว่างอีสานใต้กับลาวใต้เส้นทางอารยธรรมขอม (Historic Route) นี้ ควรที่จะมีการผสมผสานกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ด้วย ทั้งนี้เส้นทางการท่องเที่ยวอารยธรรมขอมนั้น อาจมีดังนี้

ปราสาทหินพิมาย-ปราสาทหินพนมรุ้ง-ปราสาทหินเมืองต่ำ-กลุ่มปราสาทหินตาเมือน-ปราสาทหินศรีขรภูมิ-ปราสาทหินสระกำแพงใหญ่-เขาพระวิหาร-ปราสาทหินวัดพู

1.2 การท่องเที่ยวแม่น้ำโขง

เป็นการจัดการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมธรรมชาติในแม่น้ำโขง ซึ่งอาจจัดผสมผสานกับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวบนบกที่มีอยู่จำนวนมาก สำหรับการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับแม่น้ำโขงยังสามารถพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย โดยการล่องแพยางอีกด้วย ซึ่งขณะนี้เริ่มมีการให้บริการอยู่บริเวณแถบสี่พันดอนแล้ว อนึ่ง การท่องเที่ยวทางเรือเชื่อมโยงอีสานใต้กับลาวใต้นั้น จังหวัดที่มีศักยภาพก็คืออุบลราชธานี

สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแต่ละช่วง อาจมีดังนี้

- *โขงเจียม-ผาแต้ม-การล่องเรือชมธรรมชาติและทิวทัศน์*
- *สี่พันดอน-การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกาะแก่ง*
- *เวินคาม-การท่องเที่ยวเชิงนิเวศปลาโลมาน้ำจืด*

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาบนฐานของแนวคิดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ก็จะเห็นศักยภาพของเส้นทางท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมต่อกันได้ นั่นก็คือ เส้นทางโขงเจียม-ผาแต้ม-สี่พันดอน-เวินคาม

1.3 การท่องเที่ยวชายแดน

แม้ว่าการท่องเที่ยวชายแดน จะไม่ใช่เนื้อหาหลักของแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศ เพราะอาจเป็นเพียงการข้ามแดนระยะสั้นๆ หรือไม่ได้ข้ามแดน

แต่ในพื้นที่ชายแดนที่เป็นจุดผ่านแดนต่างๆ ซึ่งเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวสามารถพัฒนาหรือปรับปรุงเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในลักษณะของการจับจ่ายซื้อสินค้าได้ ในส่วนของฝั่งไทยนั้น จังหวัดในพื้นที่อีสานใต้ที่มีชายแดนติดกับลาวใต้มีพียงจังหวัดอุบลราชธานีเท่านั้น ซึ่งมีแนวพรมแดนที่ติดต่อกับ สปป.ลาว ยาวประมาณ 361 กิโลเมตร ตั้งแต่ อ.เขมราฐ จนถึง กิ่ง อ.น้ำขุ่น โดยมีลำแม่น้ำโขงเป็นแนวกั้น เขตแดนไปจนถึงปากแม่น้ำมูล อ.โขงเจียม และตั้งแต่ปากแม่น้ำมูลจะเป็นพื้นที่ป่าและภูเขาเป็นแนวกั้นเขตแดนพรมแดน จ.อุบลราชธานี ติดต่อกับ สปป.ลาว ในพื้นที่ 3 แขวง คือพื้นที่ อ.เขมราฐ ติดต่อกับแขวงสะหวันนะเขต อ.โพธิ์ไทร ติดต่อกับแขวงสาละวัน อ.โขงเจียม สิรินธร บุณฑริก นาจะหลวย และน้ำยืน ติดต่อกับแขวงจำปาสัก

1.4 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เนื่องจากในพื้นที่อีสานใต้และลาวใต้มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทน้ำตก วนอุทยาน จำนวนมาก โดยเฉพาะในเขตลาวใต้ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงระดับโลก เช่น หลี่ผี และคอนพะเพ็ง ดังนั้น แนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในบริเวณนี้อีกประการหนึ่งก็คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แต่เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในอีสานใต้ค่อนข้างด้อยกว่าในเขตลาวใต้ ฉะนั้น จำเป็นที่จะต้องแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ มาผสมผสานด้วย

สำหรับพื้นที่ที่อาจจะสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเชื่อมโยงอีสานใต้กับลาวใต้นั้น ได้แก่ พื้นที่โขงเจียม-จำปาสัก-ที่ราบสูงโบโลเวน-อัตตะปือ

1.5 การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์

เนื่องจากพื้นที่อีสานใต้และลาวใต้เป็นพื้นที่ลาวใต้นั้น จัดเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ (Ethnic Group Diversity) มากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก โดยเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ที่พูดภาษาตระกูลมอญ-เขมร (Mon-Khmer) ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์จัดเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของพื้นที่แห่งนี้

สำหรับตัวอย่างเส้นทางท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ อาจมีดังนี้

ชาวบน (ชัยภูมิ)-ส่วยหรือกวย (หมู่บ้านตากลางหรือหมู่บ้านช้าง) จ.สุรินทร์-บรู (บ้านเวินบึก อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี)-ลาวเทิง (แขวงสาละวัน-แขวงเซกอง-แขวงอัตตะปือ)

(2) แนวทางการจัดโครงข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยง

แนวคิดในการจัดโครงข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างอีสานใต้กับลาวใต้นั้น ได้พิจารณาจากปัจจัย 4 ด้านประกอบกัน คือ (1) ความต่อเนื่องของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน ให้สามารถถูกใช้ร่วมกัน (2) ความสามารถในการผสมผสานการใช้ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นกลุ่มและมีความหลากหลาย (3) ความเอื้ออำนวยของโครงข่ายเส้นทางคมนาคมที่มีอยู่ และเส้นทางในอนาคตที่จะทำให้การเชื่อมโยงในทางภูมิศาสตร์เป็นไปได้จริง และ (4) ความต้องการของตลาด

จากแนวคิดข้างต้นผนวกกับผลการศึกษา สามารถที่จะนำเสนอโครงข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างอีสานใต้กับลาวใต้ ได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

โครงข่ายความเชื่อมโยงระยะสั้น

ซึ่งจะยังอยู่ภายใต้ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานและข้อกำหนดการเดินทาง ดังนั้น ในระยะสั้นจึงควรเน้นความเชื่อมโยงโดยพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงบริเวณชายแดนและความเชื่อมโยงพื้นที่ระหว่างประเทศในเส้นทางช่วงสั้นๆ มาใช้ เพื่อให้ทั้งสองประเทศมีประสบการณ์

พัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ดังนี้

2.1 จุดท่องเที่ยวชายแดน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถที่จะเดินทางไปเช้า-เย็นกลับได้ ได้แก่ จุดผ่านแดนสองจุด คือ ช่องเม็ก-วังเต่า และปากแซง (อ.นาตาล)-ตาดสะพาน (แขวงสาละวัน) และจุดผ่อนปรนอีกจำนวน 3 จุด คือ หน้าที่ว่าการอำเภอเขมราฐ อ.เขมราฐ จ.อุบลราชธานี บ.ด่านเก่า หมู่ที่ 1 ต.โขงเจียม อ.โขงเจียม จ.อุบลราชธานี และช่องตาอู บ.หนองแสง หมู่ที่ 3 ต.โพนงาม อ.บุณฑริก จ.อุบลราชธานี

2.2 เส้นทางเชื่อมโยงสั้นๆ ได้แก่เส้นทางอุบลราชธานี-ปากเซ

โครงข่ายเชื่อมโยงระยะกลาง

จะเป็นกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมขอม ที่อยู่ในอีสานใต้และลาวใต้ (เฉพาะแขวงจำปาสัก) ได้แก่เส้นทางปราสาทหินพิมาย-ปราสาทหินพนมรุ้ง-กลุ่มปราสาทหินตาเมือน-ปราสาทหินเขาพระวิหาร-วัดพู นอกจากนี้ ยังสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอีกด้วย

โครงข่ายความเชื่อมโยงระยะยาว

เป็นโครงข่ายความเชื่อมโยงที่สมบูรณ์โดยการเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวหลักในเขตอีสานใต้ทุกจังหวัดกับลาวใต้ทุกแขวง

3. แนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพา เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน

วัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งของการศึกษาครั้งนี้ คือ ต้องการทราบยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งจากผลการศึกษาโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผนวกกับการศึกษาเชิงเอกสาร คณะผู้วิจัยใคร่ขอเสนอข้อเสนอยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน 4 ยุทธศาสตร์ดังนี้

(1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงผสมผสาน (Harmonious Tourism Resource Utilization Strategy)

เนื่องจากในพื้นที่อีสานใต้และลาวใต้มีแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภทผสมผสานกันอยู่ ทั้งประเภทแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์และโบราณสถาน โดยเฉพาะที่เกิดจากอารยธรรมขอม แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมประเพณีที่เกิดจากพุทธศาสนา และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (แม่น้ำโขง น้ำตก และอุทยานแห่งชาติ) และพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภทผสมผสานกันอยู่ จึงควรใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงผสมผสาน ให้สามารถสอดคล้อง กลมกลืนและเกื้อกูลซึ่งกันและกันในเชิงการตลาด เพื่อที่จะทำให้เกิดประโยชน์ร่วมกันระหว่างพื้นที่และในความเป็นเจ้าของ

(2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน (Common use of Tourism Resource Strategy)

การพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านนั้น ควรใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยเฉพาะพื้นที่ในเขตสามเหลี่ยมมรกตและแม่น้ำโขง ทั้งนี้ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีลักษณะเหมือนกันหรือคล้ายกัน และมีพื้นที่ที่ต่อเนื่องหรือร่วมกัน ดังนั้น ในการพัฒนาการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด จะต้องจัดเป็นทรัพยากร

ทางการท่องเที่ยวที่ควรใช้ร่วมกัน ตลอดจนการวางกรอบการพัฒนาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จะได้ประโยชน์หรือเสริมซึ่งกันและกัน

(3) ยุทธศาสตร์ตลาดร่วมด้านการท่องเที่ยว (Common Market of Tourism Strategy)

การนำหลักการหรือรูปแบบตลาดร่วม มาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงอีสานใต้กับลาวใต้ เป็นวิธีการที่จะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากตลาดร่วม เป็นเทคนิคการจัดการทางเศรษฐกิจการค้าร่วมกันของความร่วมมือระหว่างประเทศ การนำหลักการตลาดร่วมมาใช้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยมีสาระสำคัญดังนี้

3.1 กำหนดการพัฒนาทรัพยากรให้สอดคล้องกันในลักษณะสินค้าประกอบ หรือสินค้าเสริม โดยเฉพาะทรัพยากรทางด้านแหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมขอม และแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ความหลากหลายทางชีวภาพ

3.2 การร่วมมือด้านการตลาดโดยจัดทำตลาดร่วมกัน และขายสินค้าในลักษณะ Package เดียวกัน 2 ประเทศ (หรือ 3 ประเทศ หากใช้กรอบของความร่วมมือสามเหลี่ยมมรกต)

3.3 กำหนดให้มีมาตรฐานราคาและคุณภาพของสินค้า ที่ให้บริการนักท่องเที่ยวอยู่ในทิศทางเดียวกัน

3.4 ร่วมมือกันอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวโดยความสะดวกและปลอดภัย

3.5 จัดให้มีองค์กรหรือหน่วยงานบริหารเฉพาะ ที่สามารถดำเนินการประสานงาน ควบคุม กำกับ และดำเนินการด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) ยุทธศาสตร์แก้ไขและปรับปรุงเงื่อนไขการพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism conditions Improving Strategy)

ปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อีสานใต้และลาวใต้ ซึ่งสมควรที่จะได้รับการแก้ไขเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่

4.1 ความร่วมมือระหว่างประเทศ การทำความตกลงเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยร่วมกันแก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

4.2 การสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยว โดยทำให้เป็นเขตที่มีความสงบ ปลอดภัย สร้างความมั่นใจแก่นักลงทุน และการเดินทางของนักท่องเที่ยว

4.3 การคลี่คลายปัญหาการผ่านแดนเพื่อให้เกิดความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งอาจจะกำหนดให้เป็นเขตพื้นที่ท่องเที่ยวพิเศษที่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป-มาโดยสะดวก เช่นกำหนดให้สามารถใช้ Border Pass ท่องเที่ยวใน 4 แขวงลาวใต้ และ 6 จังหวัดอีสานใต้ได้

4.4 การเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคมให้มีความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้กับลาวใต้นั้น ควรมีการจัดแบ่งขั้นตอนการพัฒนาออกให้ชัดเจน โดยอาจจะแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะสั้น ระยะปานกลางและระยะยาว เพื่อให้

เหมาะสมกับความพร้อมด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดที่ต้องใช้ระยะเวลา

ทั้งนี้ ผู้รับผิดชอบหลักในส่วนนี้ก็คงต้องเป็นหน่วยงานภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานระดับกระทรวง หน่วยงานระดับภูมิภาค (กลุ่มจังหวัดอีสานใต้) และจังหวัดชายแดนที่มีพื้นที่ติดกับลาวใต้ ทั้งนี้ การทำงานควรทำในลักษณะของการประสานงานกันทุกฝ่าย และควรที่จะต้องคำนึงถึงการจัดระบบของโครงสร้างการบริหารของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย กล่าวคือ ในส่วนของจังหวัดที่อยู่ในขอบเขตของ "อีสานใต้" ตามการนิยามของ สกว.นั้น จะอยู่ในพื้นที่การดูแลของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 แห่งคือ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 1 (นครราชสีมา) และ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 2 (อุบลราชธานี)

1.2. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไม่ควรเน้นเฉพาะในกลุ่มจังหวัด แต่ควรเชื่อมโยงข้ามกลุ่มจังหวัด (Inter Cluster) โดยเฉพาะอีสานใต้สามารถพัฒนาเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ (ประตูสู่อินโดจีน) เพราะหากพิจารณาในแง่พื้นที่ทางภูมิศาสตร์แล้วจะพบว่า กลุ่มจังหวัดอีสานใต้นี้ มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านและเป็นพื้นที่ที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านตามกรอบความร่วมมือ ACMECS (ยุทธศาสตร์ความร่วมมือเศรษฐกิจสอิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy : ACMECS) ซึ่งมีประเทศสมาชิก 5 ประเทศ ประกอบด้วย กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม และไทยและกรอบความร่วมมือ GMS (ความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง Greater Mekong Sub-region : GMS) ซึ่งมีประเทศสมาชิกประกอบด้วยกัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม ไทย และจีนตอนใต้ (ยูนนานและกวางสี) และกรอบความร่วมมือสามเหลี่ยมมรกต (Emerald Triangle) ซึ่งเป็นกรอบความร่วมมือในระดับพื้นที่ ที่ดูจะมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ศึกษาสูง ดังความเคลื่อนไหวล่าสุดคือ เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2550 สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ร่วมกับจังหวัดอุบลราชธานีและศรีสะเกษ เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมทบทวนความร่วมมือระดับจังหวัดเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในกรอบสามเหลี่ยมมรกต (ไทย ลาว กัมพูชา) ณ โรงแรมลายทองจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจากจากส่วนกลางและท้องถิ่นเข้าร่วมการประชุมประมาณ 90 คน ที่ประชุมฯ ได้ทบทวนการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวสามเหลี่ยมมรกต ได้แก่ จุดผ่านแดนระหว่างประเทศ การพัฒนาบุคลากร การตลาดและประชาสัมพันธ์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โดยที่ประชุมฯ ได้เห็นชอบให้ลดอุปสรรคในการเดินทางระหว่างประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในอนุภูมิภาค สนับสนุนการดำเนินการจัดทำตราสัญลักษณ์สามเหลี่ยมมรกต และเสนอให้ประเทศไทย เป็นเจ้าภาพจัดการอบรมบุคลากรทางการท่องเที่ยวในกรอบสามเหลี่ยมมรกตในปี 2550

นอกจากนี้ เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2550 รองปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและคณะได้สำรวจเส้นทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ศูนย์วัฒนธรรมกาญจนาภิเษกมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อุทยานแห่งชาติผาแต้ม หมู่บ้านโอทอปตัวอย่างท่าล้ง และหมู่บ้านโฮมสเตย์ปะอาว เพื่อจัดทำ

เส้นทางดูงานการท่องเที่ยวสำหรับผู้เข้าร่วมการประชุมคณะทำงานระหว่างประเทศฯ ครั้งที่ 4 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 2-4 พฤษภาคม 2550 ณ จังหวัดอุบลราชธานี

ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวตามกรอบความร่วมมือ ACMECS, GMS และสามเหลี่ยมมรกต เพื่อบูรณาการเชื่อมโยง ดำเนินงานความร่วมมือระหว่างประเทศด้านการท่องเที่ยวในกรอบต่างๆ ทั้งพหุภาคีและทวิภาคี จะสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้กับประเทศเพื่อนบ้านได้เป็นอย่างดี เพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย

1.3 แนวทางการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้กับลาวใต้นั้น ควรอยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ 4 ประการคือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงผสมผสาน (Harmonious Tourism Resource Utilization Strategy) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน (Common use of Tourism Resource Strategy) ยุทธศาสตร์ตลาดร่วมด้านการท่องเที่ยว (Common Market of Tourism Strategy) และยุทธศาสตร์แก้ไขและปรับปรุงเงื่อนไขการพัฒนาการท่องเที่ยว (Tourism conditions Improving Strategy)

ภาครัฐควรผลักดันให้ สปป.ลาว จัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้ ภายใต้กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้กับลาวใต้ ให้อยู่ภายใต้แนวคิดเรื่องตลาดเดียว เพื่อลดการแข่งขันซึ่งกันและกัน รวมทั้งควรผลักดันให้มีข้อตกลงเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยร่วมกันแก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการสร้างมาตรฐานในการเดินทางเข้าออก (Facilitation of Travel) ระหว่างประเทศ การเก็บค่าธรรมเนียม การอนุญาตในการเดินทางต่างๆ

ปัจจัยที่เป็นเงื่อนไขสำคัญของการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้กับลาวได้ ซึ่งควรจะได้รับการแก้ไขได้แก่ ความร่วมมือระหว่างประเทศในการทำความตกลงเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน การสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยว การคลี่คลายปัญหาการผ่านแดน และการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคมให้มีความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทาง

ปัจจุบันมีบริษัททัวร์จำนวนไม่น้อยทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ที่บริการนำเที่ยวในเขตลาวใต้ แต่ข้อเท็จจริงก็คือ Package Tour ที่จัดนั้นมีข้อน่าสังเกต 2 ประการคือ (1) ส่วนใหญ่ไม่ได้บรรจุแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ไว้ในโปรแกรมท่องเที่ยว หากแต่เป็นลักษณะการเข้าไปเที่ยวในลาวใต้เลย (2) แหล่งท่องเที่ยวที่บรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวประเภทแม่เหล็ก ซึ่งส่วนใหญ่กระจุกอยู่เฉพาะแขวงจำปาสักเท่านั้น

จากข้อเท็จจริงข้างต้นน่าจะมีส่วนทำให้นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่สนใจหรือให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตอีสานใต้ หรือมีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้เฉพาะที่ปรากฏในโปรแกรมทัวร์ ขณะเดียวกันบริษัทัวร์ก็ไม่กล้าที่จะเสนอขายเส้นทางใหม่ๆ ทั้งด้วยเหตุที่ไม่มีข้อมูลและเหตุที่เกรงจะไม่สามารถดึงดูดลูกทัวร์ได้

ดังนั้นคณะผู้วิจัยมีความเห็นว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรที่จะจัดประชุมผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยว เพื่อขอความร่วมมือในการนำแนวคิดเรื่องการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอีสานใต้กับลาวใต้ไปปฏิบัติ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษา คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังต่อไปนี้

2.1. ควรมีการศึกษากลยุทธ์ด้านการจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างอีสานใต้ กับลาวใต้ ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1.1. กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจนำเที่ยวอีสานใต้และลาวใต้

2.1.2. กลยุทธ์การจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจพักแรมในเขตอีสานใต้และลาวใต้

2.1.3. กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจร้านอาหารในเขตอีสานใต้และลาวใต้

2.1.4. กลยุทธ์การจัดการของธุรกิจขายสินค้าและสินค้าที่ระลึกอีสานใต้และลาวใต้

2.1.5. กลยุทธ์การจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดอีสานใต เพื่อการเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

2.2 ควรมีการศึกษาประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้ เพื่อการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างอีสานใต้กับลาวใต้

2.3 ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างอีสานใต้ กับลาว-กัมพูชา-เวียดนาม ภายใต้กรอบแนวคิดวงกลมการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ม.ป.ท. **ลู่ทางการลงทุนและการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในแขวงหลวงพรบางและจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว.**

โครงการศึกษาความเหมาะสมเพื่อจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษสะหวันนะเขต-เซโน สาธารณรัฐ**ประชาธิปไตยประชาชนลาว**, 2548. ม.ป.ท.

พุทธรักษ์ พิจิตร, 2545. **ศักยภาพของการท่องเที่ยวในด้านการแข่งขันและการเป็นตลาดท่องเที่ยวแห่งใหม่ของ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**, วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2550. **ก้าวต่อไป...การท่องเที่ยวไทยในเวทีอาเซียน.** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ธีระพันธุ์ เหลืองทองคำ. 2544. **ภาษาของนานาชนเผ่าในแขวงเซกอง ลาวใต้ ความรู้พื้นฐานเพื่อการวิจัยและพัฒนา**, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

นีรนาท แก้วประเสริฐ ระฆังทอง, 2549. **"อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านประเทศไทยสู่กัมพูชา"** ใน วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทย-นานาชาติ. ฉบับที่ 3 ปี 2549.

บงกช หงษ์คำมี. 2542. **รายงานวิจัยเรื่องความร่วมมือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย และ สปป.ลาว.**

มัลลิกา พงศ์ปริตร (บรรณาธิการ). 2544. **ลาวและกัมพูชา.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หน้าต่างสู่โลกกว้าง.

ศุภชัย สิงห์ยะบุศษ์ และคณะ, 2545. **สะหวันนะเขต สาละวัน เซกอง จำปาสักและอัตตะปือ : ห้าแขวงลาวตอนล่าง.** กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540). **โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน.** ขอนแก่น: ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543. **โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาสามเหลี่ยมท่องเที่ยวเชื่อมโยง ไทย ลาว กัมพูชา.** รายงานความก้าวหน้าเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

Lao National Tourism Administration. 2005. **The Official Lao P.D.R. Tourism Guide Book in Japanese & English.** Tokyo: ASEAN CENTRE.

Lao National Tourism Administration. 2005. **2004 Statistical Report on Tourism in Laos.** Vientiane: Statistics Unit, Planning and Cooperation Department, Lao National Tourism Administration.

ห้องว่ากานแขวงสาละวัน. 2000. **ปะหวัดสาดแขวงสาละวัน**, เวียงจัน: โรงพิมพ์แห่งลัด.

http://scholar.ilib.cn/Abstract.aspx?A=zgdl-e200504012 (12 พฤษภาคม 2550)

Department of International Economic Affairs Ministry of Foreign Affair Thailand, Greater Mekong Subregion (GMS) [Online], accessed 5 February 2007. Available from http://www.mfa.go.th/business/1092.php.

ท่านสีวิไล จันทะวง, หัวหน้าห้องกานแถลงข่าวและวัฒนธรรมแขวงเซกอง สปป.ลาว, 1 ธันวาคม 2549, 6 มีนาคม 2550.

ท่านคำพอน หมวกเมืองชำ, หัวหน้าห้องกานแถลงข่าวและวัฒนธรรมแขวงอัตตะปือ สปป.ลาว, 4 ธันวาคม 2549

คุณกัลยาณี ธรรมจารีย์ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดศรีสะเกษ, 12 พฤษภาคม 2550.

คุณสมชาย สุรพัฒน์ กรรมการผู้จัดการบริษัทอุบลเถกิงทัวร์จำกัด, 12 พฤษภาคม 2550.

คุณทรงสักดิ์ จิระสุข ชมรมท่องเที่ยวออฟโรดอุบลฯ , 12 พฤษภาคม 2550.

คุณภาณิชา บุญมา รองผู้จัดการบริษัทอุทัยวรรณทัวร์, 12 พฤษภาคม 2550.

ผู้จัดการบริษัทยุคลทัวร์ อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา, 12 พฤษภาคม 2550.

อาจารย์เรืองประดิษฐ์, ผู้ประกอบการเรือท่องเที่ยวแม่น้ำโขง อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี, 12 พฤษภาคม 2550.

คุณธมลวรรณ เรืองขจร ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักงาน ททท.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 2, 17 พฤษภาคม 2550.

ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

Potential and Readiness of Tourism Products in the Lower Northeastern Part of Thailand

จิตตานันท์ ติกุล สฤษดิ์ ศรีขาว พิกุล ประดับศรี
จุไรรัตน์ วิสัยดี สุวรรณี แพงตาวงษ์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

Jittanan Tikul, Sarit Srikhao, Pikun Pradapsri, Churairat Wisaidee, Suwannee Pangtawong
Suranaree University of Technology

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ 4) เพื่อศึกษายุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ กลุ่มที่สอง เป็นมัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา และอุบลราชธานีจำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แบบบันทึกข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ในการจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์การสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทธรรมชาติมากที่สุด 229 ผลิตภัณฑ์ รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนา 219 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม 137 ผลิตภัณฑ์ตามลำดับ โดยจังหวัดนครราชสีมามีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ ศรีสะเกษ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อุบลราชธานีและสุรินทร์ ตามลำดับ 2) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีศักยภาพในระดับสูงเพียงร้อยละ 8 มีศักยภาพในระดับปานกลางร้อยละ 25 และมีศักยภาพในระดับต่ำถึงร้อยละ 67 สำหรับความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้นั้น ร้อยละ 58 ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมีความพร้อมในระดับปานกลาง ร้อยละ 38 มีความพร้อมในระดับสูง และมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ 3) ในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม

ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาก่อน 2 อันดับแรก คือ (1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง แนวทางการพัฒนาควรเน้นที่การพัฒนาความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านที่ยังมีผลการประเมินในระดับปานกลาง โดยเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวก และสภาพแวดล้อม และ (2) ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและมีความพร้อมสูง แนวทางการพัฒนาควรเน้นที่การพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะกิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น และการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว และ 4) ยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่ควรดำเนินการ ได้แก่ (1) สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน (2) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และ (3) ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น

Abstract

This research aimed to examine 1) the tourism products, 2) the potentials and readiness of tourism products, 3) ways of potential and readiness developments of tourism products, and 4) the dependable strategies in creating strengths, improvements, and management of tourism in the lower Northeastern provinces, contributing a sustainable tourism with connection to neighboring countries. The population of this research consisted of two groups. The first group included the tourism products in the lower Northeastern provinces, i.e. Nakhon Ratchasima, Buri Ram, Surin, Ubon Ratchathani, Si Sa Ket, and Chaiyaphum. The second group was comprised of 10 tour guides in Nakhon Ratchasima and Ubon Ratchathani. The data were collected using various forms of summary, brief, tour guide interview, and evaluation of potential and readiness of tourism products. The information obtained was analyzed using SPSS for Windows to classify types and to evaluate the potentials and readiness of the tourism products. Also, the content analysis was used to analyze tour guide interviews. Findings: 1) It was found there were 585 tourism products in the 6 provinces of the lower Northeastern part, with highest amounts in natural products (229), historical sites, ancients remains, antiques and religious objects (219), and lowest products in cultural, traditional activities (137). 2) Only an 8 percent of tourism products was found to have high potentials; 25 percent was found to be moderate, and 67 percent was low. In case of the readiness of the tourism products of the lower Northeastern provinces, 58 percent of the products was found to be moderate, 38 percent was found to be high, and 3 percent was low. 3) It was found that the first two tourism products needed to be developed were (1) the tourism products having high potentials but with moderate amount of readiness by emphasizing on the development of the tourism products with moderate amount of readiness, especially accommodations and environments, and (2) the tourism products with moderate potentials but with high amount readiness by emphasizing on developing the potentials of tourism products especially special activities promoting the products, and creating attractions that help attract tourists to visit. and 4) The dependable strategies in creating

strengths, improvements, and management of tourism in the lower Northeastern provinces, contributing a sustainable tourism with connection to neighboring countries included (1) establishing connection points on tourism routes within the 6 provinces of the lower Northeastern area of the country, (2) offering information on tourism products e.g. historical sites, ancient remains, antiques and religious objects, and (3) developing proactive modern marketing to attract tourists to visit these provinces through connections with neighboring countries.

คำนำ

จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และจังหวัดชัยภูมิ เป็นจังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง มีเทือกเขาเป็นส่วนประกอบที่ทำให้เกิดความหลากหลายทางธรรมชาติ เช่น เทือกเขาดงพญาเย็นและพนมดงรัก เป็นต้น ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากมาย อีกทั้งยังมีอารยธรรมที่เก่าแก่แห่งหนึ่งของโลก โดยเฉพาะอารยธรรมของขอมซึ่งเป็นชนที่มีความรุ่งเรืองสูงสุดชาติหนึ่ง จากหลักฐานที่มีอยู่มากมาย เช่น ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทหินพนมรุ้ง จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มปราสาทตาเมือน และปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีประเพณีและวัฒนธรรมอีสาน รวมทั้งงานหัตถกรรมสินค้าพื้นเมือง เช่น ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้ามัดหมี่ เครื่องจักสาน เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้ให้ความสนใจเดินทางมาท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนผู้เยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร) ที่มาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดข้างต้นในปี 2547 มีจำนวน 7,999,413 คน ในปี 2548 เพิ่มเป็น 8,731,789 คน อัตราการเพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 9.16 รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มจาก 11,389.99 ล้านบาท เป็น 12,989.13 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 1,599.14 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.04 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) การเดินทางของนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจรส่วนใหญ่เพื่อชมภาพของความงดงามแห่งแผ่นดินอันมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานซึ่งถือเป็นทรัพยากรของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้อันทรงคุณค่า หากต้องการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวให้มากขึ้นไปอีก จำเป็นต้องมีการจัดเส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดให้เชื่อมโยงกัน หรือจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งการจัดเส้นทางสรุปจากจำนวนผู้เยี่ยมเยือน 6 จังหวัด การท่องเที่ยวให้มีความเชื่อมโยงของกลุ่มจังหวัด หรือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว แหล่งท่องเที่ยวต้องมีศักยภาพและความพร้อมสำหรับการรับนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง

แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด ส่วนใหญ่มีศักยภาพและความพร้อมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว แต่ยังมีอีกส่วนหนึ่งได้เริ่มมีการพัฒนาขึ้นมาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ เกิดขึ้น ดังนั้น จึงควรมีการศึกษาจำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว) รวมทั้งประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อเสนอให้กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัดได้นำไปเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่ม

จังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านสู่ความยั่งยืนต่อไป

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ประชากรที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มแรก เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดที่อ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้านี้ และกลุ่มที่สอง เป็นมัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้6จังหวัด

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มเช่นเดียวกันกล่าวคือ กลุ่มแรก เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งหมดในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัดที่อ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก่อนหน้านี้ (ศึกษาจากประชากรทั้งหมดโดยไม่มีการสุ่มตัวอย่าง) กลุ่มที่สอง เป็นมัคคุเทศก์ที่ได้จากการเลือกอย่างเจาะจง (Purposive Selection) จากบริษัทนำเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา และอุบลราชธานีจำนวน 10 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลรวม 4 ชุด ประกอบด้วย

2.1 แบบบันทึกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต แบบบันทึกฯ ประกอบด้วยประเด็นการรวบรวมดังนี้ ชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่ตั้ง การเข้าถึง ความเป็นมา และภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.2 แบบบันทึกสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ใช้สำหรับสรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากแบบบันทึกในข้อ 2.1 แบบสรุปฯ ประกอบด้วย ลำดับที่ ชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สถานที่ตั้ง การเข้าถึงพื้นที่ และประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.3 แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ใช้ในการประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับชื่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่ตั้งของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการเข้าถึง 2) ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพในตัวเองของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ ระดับความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว กิจกรรมเสริม ความเก่าแก่ที่ทรงคุณค่า และความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว/กิจกรรมการท่องเที่ยว และ 3) ข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2.4 แบบสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ ใช้สำหรับสัมภาษณ์มัคคุเทศก์เกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์ และ 2) ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.1 การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต โดยใช้เครื่องมือคือแบบบันทึกผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และแบบสรุปผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

3.2 การรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1) การรวบรวมข้อมูลศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ขอความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ประจำอำเภอของศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ให้เป็นผู้ประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และมีบางส่วนที่คณะผู้วิจัยได้ไปประเมินด้วยตนเอง โดยใช้แบบประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ 2) การรวบรวมข้อมูลจากมัคคุเทศก์ โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสัมภาษณ์มัคคุเทศก์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

4.1 การแจงนับและการจำแนกประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ช่วยในการแจงนับและจำแนกประเภท

4.2 การประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows ช่วยในการประมวลผลศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์ในการประเมิน ดังนี้

1) การประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเมินโดยพิจารณาจาก (1) ระดับความสำคัญของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (2) กิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (3) ความเก่าแก่อันทรงคุณค่าของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และ (4) สุนทรียภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การประเมินได้นำคะแนนดิบที่รวมได้มาจัดกลุ่มและประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนดิบรวม	ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ระดับคะแนน
7-8	สูง	5
5-6	กลาง	3
2-4	ต่ำ	1

2) การประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเมินโดยพิจารณาจาก (1) สภาพการเข้าถึง (2) สิ่งอำนวยความสะดวก (3) สภาพแวดล้อม (4) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว และ (5) ความมีชื่อเสียงของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้จากการนำผลคะแนนดิบทั้ง 5 ด้าน (ที่ได้จากการประเมินค่า) มาจัดกลุ่มเป็น 3 กลุ่ม และประเมินค่าเป็น 3 ระดับ ดังนี้

คะแนนรวม	ความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ระดับคะแนน
16-21	สูง	5
10-15	กลาง	3
4-9	ต่ำ	1

4.3 การกำหนดแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ดังนี้

1) การสัมภาษณ์มัคคุเทศก์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

2) การนำผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและผลการประเมินความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มาจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการพัฒนา โดยใช้เกณฑ์ในการจัดกลุ่มดังนี้

ระดับศักยภาพ	ระดับความพร้อม	ศักยภาพในการพัฒนา
สูง	สูง	สูง
สูง	ปานกลาง	ปานกลาง
สูง	ต่ำ	
ปานกลาง	สูง	
ปานกลาง	ปานกลาง	
ปานกลาง	ต่ำ	
ต่ำ	สูง	
ต่ำ	ปานกลาง	
ต่ำ	ต่ำ	ต่ำ

4.4 การกำหนดยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำผลที่ได้จากการจำแนกประเภท การประเมินศักยภาพและความพร้อม รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาสังเคราะห์รวมกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาบูรณาการเป็นแนวทางยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน

ผลการศึกษา

ผลจากการดำเนินการตามขั้นตอนข้างต้น สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. จำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากที่สุด 229 ผลิตภัณฑ์ และใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนาซึ่งมีจำนวน 219 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม จำนวน 137 ผลิตภัณฑ์ จังหวัดนครราชสีมามีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ จังหวัดศรีสะเกษ ชัยภูมิ บุรีรัมย์ อุบลราชธานี และสุรินทร์ ตามลำดับ

2. ศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมสมบูรณ์มีจำนวน 544 ผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินสรุปได้ดังนี้

2.1 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร้อยละ 67 มีศักยภาพในระดับต่ำ ร้อยละ 25 มีศักยภาพในระดับปานกลาง และมีเพียงร้อยละ 8 เท่านั้นที่มีศักยภาพในระดับสูง โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับต่ำ ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์ผลการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางและระดับต่ำใกล้เคียงกัน ส่วนจังหวัดอุบลราชธานีผลการประเมินผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางมากกว่าระดับต่ำ

2.2 ความพร้อมผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวร้อยละ 58 มีความพร้อมในระดับปานกลาง ร้อยละ 39 มีความพร้อมในระดับสูง และมีเพียงร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษและชัยภูมิ ส่วนใหญ่มีความพร้อมอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์และอุบลราชธานีส่วนใหญ่มีความพร้อมในระดับสูง

3. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม มีแนวทางในการพัฒนาทั้งสิ้น 7 แนวทาง โดยแนวทางที่ควรได้รับการพัฒนาก่อน 2 อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง ควรพัฒนาให้มีศักยภาพในระดับสูง จำนวน 77 ผลิตภัณฑ์

4. ยุทธศาสตร์พึงพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน จากการศึกษาครั้งนี้พบยุทธศาสตร์ที่ควรดำเนินการ ได้แก่

4.1 สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีแนวทาง/กลยุทธ์ ดังนี้

1) จัดให้มีจุดเชื่อมต่อของเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยสร้างจุดพักระหว่างเส้นทางให้ห่างกันประมาณ 1 ชั่วโมง (เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดอีสานใต้ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ห่างกัน)

2) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจุดผ่านแดนในภาคอีสานที่เชื่อมต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ ให้มีความพร้อมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อเป็นเส้นทางจุดเชื่อมโยงระหว่างประเทศให้มีศักยภาพสูง

3) จัดให้มีบริการด้านการผ่านแดนด้วยระบบที่ทันสมัย เพื่อความสะดวก รวดเร็ว และลดขั้นตอนที่ไม่สำคัญ

4.2 ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุและศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีแนวทาง/กลยุทธ์ ดังนี้

1) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านกับประชาชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพื่อที่จะได้ช่วยในการให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมได้อย่างถูกต้อง

4.3 ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น โดยมีแนวทาง/กลยุทธ์ ดังนี้

1) สร้างกิจกรรมเสริมและสร้างสิ่งดึงดูดใจในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมิน ศักยภาพระดับปานกลาง

2) ประชาสัมพันธ์โดยเน้นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ฯ ที่มีจำนวนมาก และมีความพร้อมระดับสูงในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้น มีประเด็นจากข้อค้นพบที่น่าสนใจ ดังนี้

1. จำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่ม

จังหวัดอีสานใต้ 6 จังหวัด ประกอบด้วย นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษ และชัยภูมิ ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากงานวิจัยที่มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากที่สุดคือ งานวิจัยของบริษัท จีโอเมติค เทคโนโลยี จำกัด (จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี และศรีสะเกษ) และสภาสถาบันราชภัฏ (จังหวัดชัยภูมิ) โดยภาพรวมเพิ่มขึ้น 98 ผลิตภัณฑ์

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นนี้ ในส่วนของผลิตภัณฑ์ประเภทธรรมชาติ มีผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากงานวิจัยเดิมรวม 31 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นของจังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ ศรีสะเกษ และชัยภูมิ โดยผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่ คือ หน้าผา น้ำตก และจุดชมวิว ส่วนจังหวัดสุรินทร์และอุบลราชธานี มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทนี้ลดลง สำหรับส่วนที่ลดลงนี้ ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการได้ยืนยันจำนวนข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวตามที่ได้ทำการประเมินศักยภาพและความพร้อมให้กับคณะผู้วิจัย

สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทประวัติศาสตร์เพิ่มขึ้นจากงานวิจัยเดิม 71 ผลิตภัณฑ์ โดยเพิ่มขึ้นทุกจังหวัด และผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มวัด

ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ประเภทศิลปวัฒนธรรมลดลงจากงานวิจัยเดิม 4 ผลิตภัณฑ์ โดยจังหวัดนครราชสีมา สุรินทร์และอุบลราชธานี มีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ลดลง สำหรับส่วนที่ลดลงนี้เป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มงานประเพณี งานเทศกาล (ระดับท้องถิ่น) และกลุ่มไร่ นา สวน ฟาร์ม ในขณะที่จังหวัดบุรีรัมย์ และศรีสะเกษ มีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เพิ่มขึ้น โดยส่วนที่เพิ่มขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มสินค้าพื้นเมือง สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และแหล่งหัตถกรรมพื้นบ้าน รวมทั้งกลุ่มงานประเพณี งานเทศกาล (ระดับท้องถิ่น)

2. ภาพรวมของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด มีจำนวนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ และประเภทประวัติศาสตร์ฯ มากที่สุดและมีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก โดยทั้งสองประเภทมีจำนวนมากกว่าผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมฯ ซึ่งในสองประเภทแรก ถือได้ว่ามีความสอดคล้องกับลักษณะภูมิประเทศของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสูง มีเทือกเขาเป็นส่วนประกอบอันได้แก่ เทือกเขาดงพญาเย็นและเทือกเขาพนมดงรัก ทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวนมาก สำหรับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ซึ่งมีจำนวนรองลงมานั้น มีความสอดคล้องกับความมีอารยธรรมที่เก่าแก่ โดยเฉพาะอารยธรรมของขอม ที่ปรากฏจากหลักฐาน เช่น ปราสาทหินพิมาย จังหวัดนครราชสีมา ปราสาทหินพนมรุ้ง ปราสาทหินเมืองต่ำ จังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มปราสาทตาเมือนและปราสาทศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น

3. ผลการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ในการวิจัยครั้งนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่ผ่านมา ซึ่งถึงแม้ว่าจะใช้เกณฑ์การประเมินศักยภาพที่แตกต่างกันบ้าง แต่ก็พบว่าผลของการประเมินศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวบางผลิตภัณฑ์มีผลการประเมินศักยภาพที่สอดคล้องกัน เช่น ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม และเขื่อนจุฬาภรณ์ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ฯ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์พิมาย และอุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ งานแสดงช้างสุรินทร์ มีผลการประเมินศักยภาพอยู่ในระดับสูงสอดคล้องกับศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (2540)

4. ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีผลการประเมินศักยภาพและความพร้อมระดับสูง ในงานวิจัยครั้งนี้ส่วนหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของบริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเม้นท์ จำกัด (2545 ก) ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ วัดบ้านไร่ อุทยานประวัติศาสตร์ พิมาย หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน ปราสาทเมืองต่ำ อุทยานประวัติศาสตร์พนมรุ้ง หมู่บ้านช้างสุรินทร์ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติป่าหินงาม อุทยานแห่งชาติตาดโตน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูเขียวและเขื่อนจุฬาภรณ์ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จังหวัดอุบลราชธานี ควรพัฒนาด้านความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 5 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เสาเฉลียงผาแต้ม อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดหนองบัว และชายแดนช่องเม็ก โดยเสาเฉลียงผาแต้ม ความพร้อมที่ควรพัฒนาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อุทยานแห่งชาติภูจอง-นายอย ความพร้อมที่ควรได้รับการพัฒนา คือ สภาพการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก และความมีชื่อเสียง ส่วนอีก 3 ผลิตภัณฑ์ที่เหลือ ความพร้อมที่ควรได้รับการพัฒนาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อม

1.2 จังหวัดในกลุ่มอีสานใต้ทั้ง 6 จังหวัด (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ อุบลราชธานี ศรีสะเกษและชัยภูมิ) ควรพัฒนาด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว โดยเน้นที่กิจกรรมเสริมในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการสร้างสิ่งดึงดูดใจให้เกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรพัฒนาด้านศักยภาพในแต่ละจังหวัดสรุปได้ดังตาราง

จังหวัด	ประเภทผลิตภัณฑ์		
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์ฯ	ศิลปวัฒนธรรมฯ
นครราชสีมา	เขาแผงม้า น้ำตกเหวสุวัต สวนสัตว์นครราชสีมา อุทยานแห่งชาติทับลาน ทล. ที่ 13 (สวนห้อม)	ปราสาทหินพนมวัน พิพิธภัณฑ์ไม้กลายเป็นหิน พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพิมาย หลวงปู่โตใหญ่ที่สุดในโลก	งานเทศกาลเที่ยวพิมาย ศูนย์วิจัยข้าวโพดและ ข้าวฟ่างแห่งชาติ (ไร่สุวรรณ)
บุรีรัมย์	วนอุทยานเขากระโดง	พิพิธภัณฑ์หลวงปู่สุน พระเจ้าใหญ่วัดหงษ์	ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ ศูนย์หัตถกรรมผ้าตุ่มทอง ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน อำเภอนาโพธิ์

จังหวัด	ประเภทผลิตภัณฑ์		
	ธรรมชาติ	ประวัติศาสตร์ฯ	ศิลปวัฒนธรรมฯ
สุรินทร์	วนอุทยานป่าสนหนองคู อ่างเก็บน้ำห้วยเสนง	วัดเขาศาลา วัดเพชรบุรี (หลวงปู่หงส์) ปราสาทจอมพระ ปราสาทตาเมือน ปราสาทตาเมือนโต๊จ ปราสาทตาเมือนธม ปราสาทบ้านช่างปี่ ปราสาทบ้านไพล ปราสาทเมืองที ปราสาทศีขรภูมิ หลวงพ่อพระชีว์วัดบูรพาราม	งานมหกรรมข้าวหอมมะลิเกษตรอินทรีย์ และมหกรรมผ้าไหมสุรินทร์ ประเพณีบุญบั้งไฟศรีนคร เตาท้าวเธอ หมู่บ้านจักสานบุทม หมู่บ้านวัฒนธรรมบ้านดงมัน หมู่บ้านหัตถกรรมเขวาสินรินทร์ ตลาดแลกเปลี่ยนสินค้าช่องจอม
อุบลราชธานี	น้ำตกสร้อยสวรรค์ น้ำตกแสงจันทร์หรือน้ำตกรู	วัดใต้พระเจ้าใหญ่องค์ตื้อ วัดทุ่งศรีเมือง วัดสุปัฏนารามวรวิหาร	งานประเพณี มหาสงกรานต์แก่งสะพือ บ้านปะอาว
อุบลราชธานี (ต่อ)	ผาชนะได ภูสมูย แม่น้ำสองสีหรือดอนด่านปากแม่น้ำมูล เสาเฉลียง แก่งตะนะ แก่งสะพือ เขื่อนปากมูล เขื่อนสิรินธร	ธรรมาสน์สิงห์ศิลปะญวนที่บ้านชีทวน พิพิธภัณฑ์เปิดบ้านก้านเหลือง พิพิธภัณฑ์พื้นเมืองวัดท่าไห	โฮมสเตย์ชมรมอนุรักษ์ม้าพันธุ์พื้นบ้าน โฮมสเตย์บ้านซะซอม โฮมสเตย์บ้านปะอาว
ศรีสะเกษ	น้ำตกสำโรงเกียรติ น้ำตกห้วยจันทร์ ผามออีแดง อุทยานแห่งชาติเขาพระวิหาร	วัดกันทรารมย์ วัดบูรพามหาพุทธาราม วัดมหาพุทธาราม ปราสาทหินวัดสระกำแพงใหญ่ พระธาตุเรืองรอง	งานเทศกาลหอมแดง กระเทียมดี ของดียางชุม ครูน้อยบ้านสะอาง
ชัยภูมิ	จุดชมวิวเทือกเขาพังเหย น้ำตกผาเอียง ลานหินแตก ทุ่งดอกกระเจียว อุทยานแห่งชาติไทรทอง บึงละหานลูกนก บึงแวง (บึงนกเป็ดน้ำ)	พระพุทธรูปแบบทวาราวดีศาลเจ้าพ่อพระยาแล	งานวันดอกกระเจียวบาน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาในเชิงลึกว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม 2 อันดับแรก คือ 1) ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง ควรพัฒนาให้มีความพร้อมในระดับสูง จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และ 2) ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง ควรพัฒนาให้มีศักยภาพในระดับสูง จำนวน 77 ผลิตภัณฑ์นั้น ในการพัฒนาความพร้อมควรพัฒนาด้านใดบ้าง และควรพัฒนาอย่างไร รวมทั้งการพัฒนาด้านศักยภาพนั้น กิจกรรมเสริมที่ควรมีในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ ควรเป็นกิจกรรมอย่างไรจึงจะเหมาะสม และควรสร้างสิ่งดึงดูดใจอย่างไรให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนั้นๆ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรม

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาจำนวนและประเภทของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การประเมินศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมทั้งยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีจำนวนทั้งสิ้น 585 ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติมากที่สุด รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนา และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรมตามลำดับ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งมีศักยภาพต่ำ ประมาณหนึ่งในสี่มีศักยภาพปานกลาง และมีประมาณร้อยละ 8 เท่านั้นที่มีศักยภาพสูง ในขณะที่ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากกว่าครึ่งหนึ่งมีความพร้อมในระดับปานกลาง ประมาณร้อยละ 39 มีความพร้อมในระดับสูง และมีร้อยละ 3 เท่านั้นที่มีความพร้อมในระดับต่ำ ในการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ควรได้รับการพัฒนา 2 อันดับแรก คือผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและความพร้อมปานกลาง และผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลางและความพร้อมสูง ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านที่ควรดำเนินการ ได้แก่ 1) สร้างจุดเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน 2) ให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาที่เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และ 3) ทำการตลาดเชิงรุกให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้โดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **ข้อมูลผู้เยี่ยมเยือน.** [ออนไลน์]. ได้จาก http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php. 28 ตุลาคม 2549.

บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลลอปเมนท์. (2545ก). **รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) แผนปฏิบัติการเพื่อกำหนดสินค้าการท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

บริษัท จีโอเมติค เทคโนโลยี จำกัด. (2546). **โครงการศึกษาจัดทำระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) เพื่อจัดการข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี.** กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ศูนย์บริการวิชาการ. (2540). **โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคอีสาน.** ขอนแก่น: ศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สภาสถาบันราชภัฏ. (2543). **ทำเนียบแหล่งท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.** กรุงเทพมหานคร : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

พฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

The Study of Tourists' Consumption Behavior in Cultural Tourism in the Lower Northeastern Region

ซุย กำลังงาม สุทธิศักดิ์ แก้วแกมจันทร์ นันท์นภัส อยู่ประยงค์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสุรินทร์

Sui Kamlangngam, Suttisak Kaewkamcharn, Nunnapat Yooprayong
Rajamangala University of Technology Isan, Surin Campus

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยว ในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการการตลาดการท่องเที่ยวที่วางอยู่บนพื้นฐานพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางยุทธศาสตร์พึ่งพาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้สู่ความยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน โดยการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ที่มีชื่อเสียง

ผลของการวิจัยครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้นส่วนใหญ่มาจากทวีปทวีปยุโรป และอเมริกา ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นเป็นประชาชนในท้องถิ่นและอยู่ในพื้นที่จังหวัดใกล้เคียงกันเป็นส่วนมาก เหตุผลของการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนั้นเพราะมีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถานอันเก่าแก่มากกว่างานวัฒนธรรมและประเพณี โดยมีจุดประสงค์ในการมาเที่ยวเพื่อต้องการมาศึกษาหาประสบการณ์ และอนุรักษ์สืบสานคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมและประเพณีไทย การเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มส่วนใหญ่มาเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ผ่านบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่นั้นเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองถึงร้อยละ 68.9 มีเพียงจำนวนน้อยที่ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวคือร้อยละ 1.6 ด้านการพักแรม นักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นส่วนใหญ่พักกับครอบครัวหรือญาติพี่น้องมากกว่าพักโรงแรม ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพักที่โรงแรมมากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวไทยทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อทุกรูปแบบ แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับข้อมูลมาจากสื่ออินเตอร์มากที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความสนใจจะเดินทางต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

แนวทางการจัดการด้านการตลาดควรจะมุ่งเน้นไปยังการจัดการการให้ความรู้ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เช่น การจัดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยว และการทำป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวคือการได้ทราบข้อมูลข่าวสารจากผู้ที่ได้มาเที่ยวแล้วมากที่สุด สำหรับการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวโดยเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังมีอุปสรรคหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางการคมนาคมเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว กฎระเบียบเข้าออกระหว่างประเทศ ถ้าสามารถแก้ไขได้ สร้างความเป็นหุ้นส่วนของกันและกัน การติดต่อกันระหว่างท้องถิ่นกับท้องถิ่นประเภทเย้าและเยือนแบบบ้านพี่เมืองน้องจะขยายตลาดการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงในภูมิภาคได้มากยิ่งขึ้น

Abstract

The lower Northeastern region is one of the richly cultural and traditional lands of Thailand, but the tourists visiting this land are few. The study aims were 1) to study tourists' consumption behavior in cultural and traditional tourism, 2) to guide the methods of cultural tourism management, and 3) to find out the ways of connection between Thailand's lower Northeast and neighboring countries closed to it. The research contained both quantitative and qualitative data collected in the traditional festivals and historical sites of the lower northeast. 400 samples were collected from Thai tourists with questionnaires and 60 samples from foreign tourists with interviews. The results were found that most of Thai and foreign tourists were young. The foreign tourists were mostly from Europe and the USA while Thai tourists were the local and the ones lived in the near provinces. Both Thai and foreign tourists were mostly interested in historical tourism more than cultural tourism, and most of them traveled by themselves more than tour agency service. Most Thai tourists stayed overnight with their relatives while most foreign tourists stayed at the hotel. Thai tourists knew the information from various media as most foreign tourists knew from the internet. Both groups of tourists wanted to visit the neighboring countries, but different, Thai tourists wanted to go to Laos most while foreign tourists wanted to go to Cambodia more than others. The efforts should be made to ensure integration to bring about the development of network tourism among the neighboring countries, and should be partnership of each other, that strengthens and increases the tourism market in the region.

คำนำ

ในหลายทศวรรษที่ผ่านมาการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นได้มีการพัฒนาเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งนำเงินตราเข้ามาสู่ประเทศอย่างมหาศาลจนเป็นรายได้หลักของประเทศไทย แต่รูปแบบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมักมุ่งไปในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะชายทะเล เกาะต่างๆ ภูเขา ป่าไม้ และน้ำตก แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความร่ำรวยทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ แต่รูปแบบการท่องเที่ยวในเชิงศิลปวัฒนธรรมประเพณีและโบราณสถานยังได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวน้อยมาก เช่นเดียวกับกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทางด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีและศิลปะโบราณสถานที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้อยมากเช่นกัน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีและศิลปะโบราณสถานว่ามีพฤติกรรม

อย่างไร ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพในการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ยังรวมถึงการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านด้วย

การศึกษาวิจัยด้านพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ของนักท่องเที่ยวในครั้งนี้ จะได้ข้อมูลซึ่งสามารถนำมากำหนดหรือสร้างรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลอดจนนำมากำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ตลอดจนนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืน ได้แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในภาคอีสานมากขึ้น ก่อให้เกิดรายได้ให้กับประชาชนในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ นอกจากนี้กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ยังมีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา ลาว และเวียดนาม อันเป็นประเทศกลุ่มอินโดจีน โดยสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกันได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันทางด้านการท่องเที่ยวอย่างมหาศาลในอนาคต

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้จำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 60 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ในช่วงระยะเวลา วันที่ 1 พฤษภาคม 2549 ถึง 23 มีนาคม 2550

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งเป็น 2 แบบ ตามแนวคำถามซึ่งเตรียมไว้ทั้งแบบปลายปิดและปลายเปิด และได้มีการทดสอบหาค่าความสอดคล้องของคำถามในแบบสอบถามเพื่อตอบคำถามการวิจัย และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อนำมาเป็นข้อมูลสนับสนุน

แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นตัวแปรภูมิหลัง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ได้แก่ เหตุผลในการมาเที่ยว จุดมุ่งหมายในการมาเที่ยว สิ่งจูงใจในการมาเที่ยว ช่วงเวลาที่มาเที่ยว พาหนะในการเดินทางมาเที่ยว ที่พักแรม จำนวนวันที่พักแรม ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมาเที่ยว การซื้อบริการการท่องเที่ยว พฤติกรรมหลังการท่องเที่ยว สื่อที่รับทราบข่าวสารการท่องเที่ยว รูปแบบความต้องการในการมาเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการมาเที่ยว ได้แก่ ความพึงพอใจของแหล่งท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ความเหมาะสมในการใช้จ่าย ความสะดวกในการเดินทาง ความสะดวกในการติดต่อซื้อบริการการท่องเที่ยว ความต้องการในการเที่ยวประเทศเพื่อนบ้าน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลส่วนหนึ่งได้จากการศึกษาอกสาร ตำราวิชาการ

รายงานประจำปี และบทความต่างๆ ข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมทั้งการจัดเวทีระดมความคิดเห็นจากหน่วยงานและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อหาแนวทางในการจัดการตลาดที่อยู่บนพื้นฐานพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้จากข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เชิงปริมาณ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามชาวไทยและสัมภาษณ์ชาวต่างชาติ

ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 60 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งหมด 460 คน มีรายละเอียดดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้เป็นเพศหญิงร้อยละ 55 และเพศชายร้อยละ 45 ซึ่งแตกต่างกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชายถึงร้อยละ 70.5 และเพศหญิงร้อยละ 29.5 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว เป็นนักเรียนนักศึกษาร้อยละ 38.8 ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจร้อยละ 22.5 ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทมากที่สุดถึงร้อยละ 21.3 ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีเพียงร้อยละ 16.4 ประกอบธุรกิจทางการเกษตรร้อยละ 13.1 และเกษียณอายุการทำงานร้อยละ 6.6 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาจากประเทศกลุ่มยุโรปมากที่สุดถึงร้อยละ 54 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดาร้อยละ 21.3 ส่วนที่เหลือเป็นนักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียและภูมิภาคอื่นๆ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวมากกว่า 3 ครั้งร้อยละ 33.8 รองลงมาเป็นการมาเที่ยวครั้งแรกร้อยละ 30.8 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งที่สองและครั้งที่ 3 ร้อยละ 12.5 และ 6 ตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากการมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ส่วนใหญ่ร้อย 50.8 มาเที่ยวครั้งแรก มาเที่ยวครั้งที่ 2 ครั้งที่ 3 และมากกว่า 3 ครั้งมีเพียงร้อยละ 9.8, 4.9 และ 4.8 ตามลำดับ จากจำนวนครั้งที่มาเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทำให้เห็นถึงพฤติกรรมที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวกับครอบครัวร้อยละ 55 มาเที่ยวกับเพื่อนเรียนและเพื่อนร่วมงานร้อยละ 21.3 และ 15.3 ตามลำดับ แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ในครอบครัวและเครือญาตินักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวกับครอบครัวร้อยละ 41 มาเที่ยวคนเดียวและมาเที่ยวกับเพื่อนร่วมงานร้อยละ 19.7 และ 16.4 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวเป็นกลุ่มตั้งแต่ 11-15 คน ร้อยละ 56.3 เป็นลักษณะนิยมการท่องเที่ยวแบบเครือญาติที่รวมกลุ่มกันมาเที่ยว มาเที่ยว 1-5 คนและ 6-10 คน ร้อยละ 24 และ16.5 ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีกลับพบว่าส่วนใหญ่มักมาเที่ยวเป็นกลุ่มเล็ก โดยมาเที่ยว 1-5 คน ร้อยละ 65.5 มาเที่ยว 6-10 คน และ11-15 คน ร้อยละ 9.8 และ 4.9 ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางด้านสังคม และวัฒนธรรมของชาวต่างชาติที่มักเป็นสังคมเดี่ยว มีขนาดเล็กนิยมเที่ยวกันเฉพาะภายในครอบครัว ไม่รวมเครือญาติอื่นๆ นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมมาเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ได้ผ่านบริการนำเที่ยว

ร้อยละ 39.5 มาเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวร้อยละ 20 แต่กลับพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาเที่ยวด้วยตัวเองสูงถึงร้อยละ 68.9 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเป็นความสนใจและความชอบเฉพาะกลุ่มบุคคล ส่วนนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการกับบริษัทนำเที่ยวมีเพียงร้อยละ 1.6

นักท่องเที่ยวชาวไทยจะเดินทางโดยใช้รถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 59.8 มาเที่ยวโดยใช้รถจักรยานยนต์ร้อยละ 20 สันนิษฐานว่าเป็นนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรืออยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ส่วน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมมาเที่ยวโดยใช้รถโดยสารประจำทางถึงร้อยละ 40.8 คงเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ไม่มากนัก หรือไม่ก็เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบความท้าทาย ผจญภัย นักท่องเที่ยวมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวมีเพียงร้อยละ 18 ส่วนการเที่ยวโดยรถเช่าเหมาร้อยละ 11.5 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวโดยรถไฟร้อยละ 6.6 นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวโดยเครื่องบินและรถของบริษัทนำเที่ยวมีเพียงร้อยละ 4.9 และ 1.6 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการพักแรมร้อยละ 64.16 ไม่พักแรมร้อยละ 35.84 พักที่บ้านญาติร้อยละ 47.89 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวใหญ่เป็นญาติพี่น้องกัน มาพักโรงแรมร้อยละ 28.64 นอกนั้นมีเพียงเล็กน้อยที่พักตามสถานที่อื่นๆ ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการพักแรมร้อยละ 63.9 และพักในโรงแรมมากที่สุดถึงร้อยละ 50.8 พักเกสเฮ้าส์ร้อยละ 13.1 มาพักอพาร์ทเมนต์และรีสอร์ทมีเพียงร้อยละ 3.3 และ 1.6 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับทราบข่าวสารจากทุกสื่ออย่างกว้างขวางทั้งจากการชักชวนจากกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 26.3) สื่อโทรทัศน์ (ร้อยละ 19.3) การประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 16) สิ่งพิมพ์แผ่นพับ (ร้อยละ 12.3) สื่อวิทยุ (ร้อยละ 12.5) นอกจากนี้ยังมีสื่ออินเตอร์เน็ตและวารสารคิดเป็นร้อยละ 9 และ 3 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ทราบข่าวสารมาจากสื่ออินเตอร์เน็ตร้อยละ 46.94 ทราบข่าวสารมาจากบุคคลอื่นและแผ่นพับโบร์ชัวร์ต่างๆ ร้อยละ 30.61 และ 12.24 ตามลำดับ เป็นที่น่าสังเกตว่าการทราบข่าวสารจากเพื่อนมีอิทธิพลค่อนข้างสูงต่อการตัดสินใจ

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความต้องการมาเที่ยวประเภทศิลปกรรมและโบราณสถานร้อยละ 46.81 และ 59.18 ตามลำดับ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความสนใจการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีร้อยละ 22.80 และ 30.61 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการไปเที่ยวสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมากที่สุดถึงร้อยละ 41.06 รองลงมาคือประเทศกัมพูชาร้อยละ 32.45 และประเทศเวียดนามร้อยละ 26.49 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังมีความต้องการที่จะเที่ยวประเทศกัมพูชามากที่สุดถึงร้อยละ 55.88 รองลงมาประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวร้อยละ 32.35 และประเทศเวียดนามร้อยละ 11.77

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจในการมาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

เกณฑ์การพิจารณา ค่าร้อยละ แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ลักษณะเป็นการประเมินค่า (Rating Scale) กำหนดให้คะแนนตามระดับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามในแต่ละข้อมีดังนี้

ระดับความพึงพอใจมีระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่าเท่ากับคะแนน 5, 4, 3, 2,1 ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทย

นักท่องเที่ยวมาเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้

มีความพึงพอใจความมีชื่อเสียงของงาน และเป็นงานศิลปวัฒนธรรมประเพณีเฉพาะถิ่นอยู่ในระดับมาก พึงพอใจในความเก่าแก่ งดงามของศิลปวัฒนธรรมและโบราณสถานอยู่ในระดับมากที่สุด เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ทำธุระอื่นๆ และเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและประเพณีในขณะเดียวกัน เพื่อหาความรู้ ประสบการณ์ เพื่ออนุรักษ์ สืบสานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอยู่ในระดับมาก เพราะค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสม รู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ เป็นอย่างดี มีความสะดวกในการติดต่อซื้อบริการการท่องเที่ยว มีความสะดวกในการเดินทาง และมีความสนใจ หรือชอบต่อวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น อยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวเป็นผู้เสนอความคิดในการมาเที่ยวและเป็นผู้รับผิดชอบภาระค่าใช้จ่ายเอง ได้รับการชักชวนจากคนอื่น หรือองค์กรอื่นอยู่ในระดับมาก นักท่องเที่ยวมาเที่ยวโดยซื้อบริการการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวหรือองค์กรอื่นเป็นผู้ซื้อบริการ ติดต่อและดำเนินการเองอยู่ในระดับมาก เป็นผู้ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบริการก่อนตัดสินใจมาเที่ยว รวมทั้งเป็นผู้เลือกใช้บริการการท่องเที่ยวโดยประเมินจากคุณภาพการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด

นักท่องเที่ยวคิดว่าจะกลับมาเที่ยวอีกและจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีแผนการเดินทางไปเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นบริเวณใกล้เคียง รวมทั้งมีแผนเดินทางไปเที่ยวที่ประเทศเพื่อนบ้านอยู่ในระดับมาก

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชอบคือแหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถานที่เก่าแก่ รองลงมาเป็นการท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมและประเพณีที่มีชื่อเสียง ตลอดจนวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นตามลำดับ เหตุผลที่มาเที่ยวที่ส่วนมากเพราะต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมและประเพณีรองลงมาเพื่อต้องการหาความรู้และประสบการณ์ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อทำธุระอื่นๆ และเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและประเพณีในขณะเดียวกัน สิ่งจูงใจให้มาเที่ยว คือต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเหมาะสม มีความสะดวกในการเดินทาง ศึกษาข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเตอร์เน็ตและสื่ออื่น และความสะดวกในการติดต่อซื้อบริการการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นผู้คิดริเริ่มในการมาเที่ยวและเป็นผู้รับผิดชอบภาระค่าใช้จ่ายเอง เป็นผู้ซื้อบริการ ติดต่อและดำเนินการมาเที่ยวเองมากกว่าการที่มาเที่ยวโดยการซื้อบริการจากบริษัทนำเที่ยว ในการตัดสินใจซื้อนักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวโดยประเมินจากคุณภาพการบริการเป็นสำคัญ และใช้วิธีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบริการก่อนตัดสินใจ มีความคิดว่าจะกลับมาเที่ยวอีก และจะแนะนำบุคคลอื่นให้มาเที่ยวด้วย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีแผนการเดินทางไปเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นบริเวณใกล้เคียง รวมทั้งมีแผนเดินทางไปเที่ยวที่ประเทศเพื่อนบ้านอีกด้วย

จากพฤติกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาสังเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการจัดแนวทางการตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มอีสานใต้มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นวัยหนุ่มสาว มีอาชีพเป็นนักศึกษาและวัยทำงาน ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือจังหวัดใกล้เคียง จึงมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในวัยนี้ชอบทำอะไรที่ท้าทาย ชอบความสวยงาม มีรายได้ยังไม่มากนัก มาเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ผ่านบริษัททัวร์เป็นส่วนใหญ่ หรือถ้าพักแรมจะพักอยู่กับญาติพี่

น้อง และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน (ร้อยละ 46.80) มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและประเพณีถึงเท่าตัว (ร้อยละ 22.80) ดังนั้นในการจัดการด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวควรยิ่งใหญ่ หรูหรา สนุก และให้ความรู้ไปพร้อมกัน สำหรับด้านราคาและช่องทางในการจัดจำหน่ายนั้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ต่ำอยู่ เพราะเป็นผู้ที่อยู่ในวัยการศึกษาและวัยทำงาน ดังนั้น อำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวยังค่อนข้างต่ำอยู่ การที่จะขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้นั้นต้องคำนึงถึงราคาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ไม่แพงเกินไป สำหรับช่องทางในการจัดจำหน่ายนั้นควรมีหลากหลายช่องทางและรูปแบบเพื่อให้สะดวกและง่ายยิ่งขึ้น เพราะวัยนี้มักจะใจร้อน รออะไรนานไม่ได้ ชอบความสบาย และมีรสนิยมตามสมัย และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวควรใช้หลากหลายรูปแบบ การจัดการการตลาดของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ควรมุ่งประเด็นไปที่การให้ความรู้ของแหล่งท่องเที่ยวให้มากที่สุด ขณะเดียวกันควรจัดกิจกรรมในรูปแบบใหม่ที่เหมาะสม รวมทั้งการรณรงค์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับกลุ่มอื่นที่ยังไม่เข้ามาในตลาด เพื่อเพิ่มสัดส่วนและจำนวนนักท่องเที่ยว

กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปยุโรปมากที่สุด รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปอเมริกา มีความสนใจแหล่งท่องเที่ยวด้านโบราณสถานมากกว่าด้านอื่น เป็นวัยหนุ่มสาวและวัยกลางคนซึ่งเป็นวัยที่ยังใฝ่หาความรู้และประสบการณ์ ดังนั้นการจัดการด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจึงควรเน้นเรื่องการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแหล่งโบราณสถานแห่งนั้นอย่างชัดเจน ควรจะให้มีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้อย่างดียิ่งในแหล่งท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวรับทราบข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่ออินเตอร์เน็ตมากที่สุด ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดทำเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวจึงควรให้มีรูปแบบที่แสดงให้เห็นถึงความมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของศิลปวัฒนธรรมประเพณีและโบราณสถานด้วย อย่างไรก็ตามจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังมีจำนวนน้อย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศในทวีปเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี จีน ซึ่งมีอำนาจในการซื้อสูง ดังนั้น ทั้งภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันจักกิจกรรมและประชาสัมพันธ์เพื่อดึงนักท่องเที่ยวจากทวีปอื่นเมาสู่ตลาดนี้ เช่น จัดให้มีการประชุมสัมมนา หรือ การแข่งขันต่างๆ ในระดับภูมิภาค ระดับนานาชาติขึ้นในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ให้ตรงกับเทศกาลต่างๆ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวมักเป็นประเภทกึ่งท่องเที่ยวกึ่งทำงาน และเป็นการเปิดประตูการท่องเที่ยวที่ดีที่สุด

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่มีความสนใจต้องการไปประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้นการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวระหว่างแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้และกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านก็เป็นช่องทางหนึ่งในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

เนื่องจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคล้ายคลึงกัน กล่าวคือมีความสนใจการท่องเที่ยวด้านศิลป-วัฒนธรรมประเภทโบราณสถานมากกว่าด้านประเพณีวัฒนธรรม ดังนั้นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานประเพณีและวัฒนธรรมต้องพยายามจัดให้น่าสนใจยิ่งขึ้น เพื่อดึงนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่วนผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้านโบราณสถานซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ หน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องดูแลรักษาโบราณสถานนั้นให้คงสภาพเดิมให้มากที่สุด เน้นทาง

ด้านการจัดภูมิทัศน์ให้สวยงาม รวมทั้งการจัดระบบข้อมูลและความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ให้บริการด้านมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความรู้เป็นอย่างดีในแหล่งท่องเที่ยวนั้น นอกจากนี้ควรมีการจัดการร้านค้าต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของอาหารที่มีความสะอาด รสชาติดี มีร้านค้าที่จำหน่ายของที่ระลึกที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตหรือความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ

เหตุผลในการมาเที่ยว

เหตุผลของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นั้นมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หาความรู้ประสบการณ์ รวมทั้งเพื่ออนุรักษ์และสืบสานศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ดังนั้นการที่นักท่องเที่ยวมีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวถึงสามด้าน ซึ่งเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ดังนั้น จะต้องอนุรักษ์และจัดภูมิสถาปัตย์ให้มีความร่มรื่น ในขณะเดียวกันก็จัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ในส่วนที่เกี่ยวข้อง

ผู้มีส่วนในการตัดสินใจมาเที่ยว

การตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเกิดมาจาก 2 ปัจจัย คือ อันดับแรก เกิดจากการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเอง กับได้รับการชักชวนจากบุคคลอื่นซึ่งส่วนใหญ่คือสมาชิกในครอบครัวหรือเครือญาติ อันถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของสังคมไทยที่มีความผูกพันกัน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั่นเอง ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดควรเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบเพื่อให้การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะสื่อที่เข้าถึงทุกครัวเรือน เช่น โทรทัศน์ เป็นต้น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ตเป็นหลัก และการจัดเป็นงานมหกรรมการท่องเที่ยว

ช่วงเวลาของการมาเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมาเที่ยวในช่วงวันหยุดเสาร์ อาทิตย์ ซึ่งสอดคล้องกับระบบการทำงานของไทยที่ไม่มีวันหยุดพักผ่อนยาวเหมือนกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ การจัดการด้านการตลาดในประเด็นนี้ค่อนข้างเป็นอุปสรรค ทั้งนี้เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้มีระยะทางไกล ซึ่งจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการเดินทางแต่ละจุดท่องเที่ยวนาน แนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวควรจะเน้นการเดินทางโดยเครื่องบิน โดยการจัดสร้างสนามบินขึ้นในแต่ละจังหวัดที่เป็นจุดกลางในการท่องเที่ยวกับจังหวัดในเขตอีสานใต้และประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งจะช่วยย่นระยะเวลาเดินทางได้เป็นอย่างมาก ส่วนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวตามฤดูกาล จึงควรจัดการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทั้งในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และประเทศเพื่อนบ้าน

แหล่งซื้อบริการการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นผู้ซื้อบริการการท่องเที่ยวเอง โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่นจึงไม่จำเป็นต้องใช้บริการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว ส่วนการที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวด้วยตนเองนั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ ซึ่งตามปกติแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นนั้นมักจะใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว สาเหตุอาจจะมาจากกลุ่มบริษัทนำเที่ยวในเขตอีสานใต้นั้นมีจำนวนน้อย และเนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจำนวนน้อยเป็นลูกโซ่ จึงเป็นหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์และดำเนินการอย่างจริงจัง

ลักษณะการตัดสินใจซื้อ

สำหรับกระบวนการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมักคำนึงถึงคุณภาพของการให้บริการการ

ท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ที่อาจจะได้มาจากการศึกษาข้อมูล หรือสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยมาเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในหัวข้อเรื่องผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจมาเที่ยวที่พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยวจากการชักชวนของบุคคลอื่นถึงร้อยละ 56 ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดยังคงใช้กลยุทธ์ "การบอกปากต่อปาก" ที่เป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ดีที่สุด

การเสริมสร้างความเข้มแข็งการจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่กลุ่มอีสานใต้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สามารถพัฒนาอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ แต่ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทุกแหล่งอย่างต่อเนื่องในด้านสิ่งแวดล้อม ภูมิทัศน์ ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว การกำจัดขยะและน้ำเสียและโครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยว ให้สามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างดี และอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้

2. กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีศักยภาพและความพร้อมด้านการคมนาคมขนส่งเฉพาะทางรถยนต์ และรถไฟ มีที่พักแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร สินค้าพื้นเมือง OTOP มีบริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดงานประเพณีในท้องถิ่นทุกเดือน เป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกัน

3. องค์การบริหารส่วนส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นต้องให้ความร่วมมือด้านความร่วมมือดำเนินงานและการจัดการด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนในท้องถิ่นอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวมีความรักความผูกพันกับแหล่งท่องเที่ยวมาตลอดชีวิต จึงมีความห่วงแหนมรดกของท้องถิ่น ถ้ามีส่วนร่วมรับผิดชอบกับผู้มีส่วนได้เสียด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน จะทำให้พัฒนาและจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมีความยั่งยืน

4. กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนมีการบริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผ่านสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น แผ่นผับ แผนที่ เอกสารข้อมูลท่องเที่ยว และ Website สื่อมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สื่อบุคคล จึงมีควรให้การอบรมประชาชนในท้องถิ่น และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่จะบอกต่อให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการให้ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศหรือภาษาของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้สื่อสารได้ดีในด้านการท่องเที่ยว

5. ควรมีโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาด้านการประชาสัมพันธ์และการบริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริการและความปลอดภัย การฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติให้เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นต้น

6. กลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและเผ่าพันธุ์ ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้สืบทอดมาตั้งแต่สมัยโบราณ แต่ละเชื้อชาติมีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมและประเพณี ดังนั้นควรมีการสร้างหมู่บ้านชาวไทยท้องถิ่นในแต่พื้นที่มีประวัติของชาวไทยพื้นอาศัยอยู่ เพื่อเป็นศูนย์รวมด้านประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต การแสดงพื้นเมือง การแสดงศิลปวัฒนธรรม การแต่งกายประจำของชาวไทยท้องถิ่น

สรุปผลการศึกษา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่นำเงินสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศปีละมหาศาล และก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องอีกมากมาย การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาและการบริหารจัดการที่ดี

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติซึ่งมาจากยุโรปและทวีปอเมริกามากที่สุดเป็นกลุ่มวัยหนุ่มสาว และมีความสนใจทางด้านศิลปะโบราณสถานมากกว่าทางด้านวัฒนธรรมประเพณี ดังนั้นการบริหารจัดการในแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถานจึงควรเน้นไปด้านการให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยผ่านรูปแบบของมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือให้ความสำคัญกับป้ายบอกข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนากิจกรรมด้านวัฒนธรรมประเพณีให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวควบคู่กันไป เป็นกิจกรรมเสริมกันและกัน และหากลยุทธ์ต่างๆ เพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายอื่นๆ ที่ยังมีจำนวนน้อย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ปานกลางและค่อนข้างต่ำรูปแบบของการท่องเที่ยวจึงควรให้พอเหมาะกับนักท่องเที่ยวระดับล่าง นักท่องเที่ยวส่วนมากจะมากับครอบครัวหรือญาติพี่น้องเป็นกลุ่มมากกว่ามาเที่ยวตามลำพัง ซึ่งเป็นลักษณะการท่องเที่ยวแบบกลุ่มเครือญาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยมักมาเที่ยวหลายครั้ง ตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มาเป็นครั้งแรก ซึ่งจะต้องหากลวิธีสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเที่ยวซ้ำมากขึ้น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศส่วนมากมาเที่ยวเองโดยไม่พึ่งบริการนำเที่ยว ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวตามภูมิภาคอื่นๆ ที่มักมากับบริษัททัวร์ ดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้บริษัทมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวพานักท่องเที่ยวมาเที่ยวทางด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณี และโบราณสถานของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ให้มากยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการที่ไม่ค่อยมีบริษัทนำเที่ยวจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวมาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ อาจเนื่องมาจากแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้แต่ละจุดมีระยะทางค่อนข้างห่างไกลกัน ซึ่งต้องใช้เวลาในการเดินทางเป็นระยะเวลานาน ดังนั้นการเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทาง เช่น การเพิ่มเส้นทางการคมนาคมโดยสายการบินในจังหวัดที่เป็นจุดเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ และประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จังหวัดสุรินทร์ ที่สามารถเชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชา ผลจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความต้องการไปเที่ยวที่ประเทศกัมพูชามากที่สุดถึงร้อยละ 70 นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นคนท้องถิ่นส่วนใหญ่ ดังจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่พักแรมบ้านญาติ ดังนั้นจะต้องนำการบริหารจัดการที่ดีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากถิ่นอื่นมาเที่ยวให้มากขึ้น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากที่มาเที่ยวเพราะได้รับการชักชวนและแนะนำจากบุคคลอื่น แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีมีความประทับใจแล้วบอกต่อ การใช้กลยุทธ์ “การบอกปากต่อปาก” ซึ่งเป็นวิธีประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพและยังประหยัดอีกด้วย มูลเหตุมาเที่ยวส่วนใหญ่เพราะความเก่าแก่มีชื่อเสียงความงดงามของศิลปวัฒนธรรมและโบราณสถาน มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากกว่าหาประสบการณ์หรือชื่นชมศิลปวัฒนธรรม ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นฐานในการกำหนดยุทธศาสตร์และยุทธวิธีในการบริหารการจัดการการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จยิ่งขึ้น

แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ สามารถพัฒนาอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ แต่ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กลุ่มจังหวัดอีสานใต้ มีศักยภาพและความพร้อมด้านการคมนาคมขนส่ง มีที่พักแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร สินค้าพื้นเมือง OTOP องค์การบริหารส่วนส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการและประชาชนในท้องถิ่นต้องให้ความร่วมมือ

ด้านความร่วมมือดำเนินงานและการจัดการด้านการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้และส่งเสริมความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวอันเป็นมรดกของท้องถิ่นให้ยั่งยืนสืบไป ควรให้การอบรมประชาชนในท้องถิ่น และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการให้ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ หรือภาษาของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้สื่อสารได้ดีในด้านการท่องเที่ยว กลุ่มจังหวัดอีสานใต้มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและเผ่าพันธุ์ แต่ละเชื้อชาติมีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมและประเพณี ดังนั้นควรมีการสร้างหมู่บ้านชาวไทยท้องถิ่นในแต่พื้นที่ เพื่อเป็นศูนย์รวมด้านประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิตของชาวไทยท้องถิ่น

กลุ่มจังหวัดอีสานใต้จะต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน คือ กัมพูชา ลาว และเวียดนามเพื่อสร้างแนวร่วมและความเป็นหุ้นส่วนของกันและกัน ในอันจะร่วมกันพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยง มั่นคง และสอดประสานกันแบบยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1) การเก็บข้อมูลในบางหัวข้อควรจะเก็บข้อมูลในเชิงลึกเพื่อให้การอธิบายผลมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ตัดสินใจมาเที่ยวด้วยตนเอง นักท่องเที่ยวมีเหตุผลอะไร

2) ในการเก็บข้อมูลของพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้หลัก 6Ws 1H ที่ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นร้อยละของความพึงพอใจควรใช้รูปแบบของการประเมินเป็นลำดับความสำคัญเพื่อให้มีความชัดเจนในเหตุและผลของคำถามนั้นๆ

3) ควรมีการศึกษาจำนวนบริษัทนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในกลุ่มอีสานใต้ และเหตุผลที่บริษัทไม่ค่อยนำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ ทั้งที่รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในภูมิภาคอื่นมักจะใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานนำไปเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาเพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

บรรณานุกรม

ชมพูนุท โมราชาติ. (2548). **พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.** อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

ชีวานันท์ วุฒิพันธ์ พัชยา ขอเพิ่มกลาง และสุพรรณตรี อุปฮาต. (25) . **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.**

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์ดีไซน์.

สุวัฒน์ จุธากรณ์ และจริญญา เจริญสุกใส. (2545). **แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.** (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Cooper, C., Fletcher, J., Gillbert, D. & Wanhill, S. (1993), **Tourism Principles & Practice.** England : Addison Wesley Longman.

Moutinho, L. (2000). **Strategic Management in Tourism.** London : CABI.

Swarbrooke, J. & Horner, S. (1999). **Consumer Behaviour in Tourism.** Oxford : Butterworth Heienemann.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. 2547. **ยุทธศาสตร์เชิงรุกเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มจังหวัดอีสานใต้สู่ความยั่งยืนโดยเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน.** แหล่งที่มา : http://www.ttresearch.org/Databank/esean.asp 4 พฤศจิกายน 2549

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548. **สถิติการท่องเที่ยวประเทศไทย.** แหล่งที่มา : www2.tat.or.th/stat/web/static_index.php 17 ตุลาคม 2549

ศูนย์ทรัพยากรศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2549. **บทที่ 4 ภูมิศาสตร์เศรษฐกิจประเทศไทย.** แหล่งที่มา : http://wbc.msu.ac.th /wbc/human/0107%20102/chapter4-7.htm 6 ธ.ค. 2549

ผู้จัดการรายสัปดาห์. 2549. **รมต.ท่องเที่ยวฯปูพรมท่องเที่ยวเชิงคุณภาพดัน สสปน. พัฒนาศักยภาพดึงตลาด "MICE".** แหล่งที่มา : http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9490000153863 16 ธ.ค. 2006

มาตรการทางกฎหมายเพื่อการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

Legal Measures to Support Sustainable Nature-based Tourism Activities in Ko Chang Area, Ko Chang Sub-district, Trat Province

เกียรติสกุล ชลคงคา พนิดา บุญเกิด ยุพดี นามสุดโท
มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

Kiatskul Cholkongka, Panida Boonkerd, Yupadee Namsudto
South-East Asia University

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการและองค์การมหาชน และบทบาทของภาคประชาชนและภาคธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามกฎหมาย ตลอดทั้งการศึกษาปัญหาในการบังคับใช้กฎหมายของส่วนราชการ องค์การมหาชน ภาคประชาชน และภาคธุรกิจ ในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้าง เพื่อให้ทราบถึงมาตรการทางกฎหมายเพื่อการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้างให้ยั่งยืนสืบไป

จากการศึกษาวิจัยพบว่า อำนาจหน้าที่ของส่วนราชการและองค์การมหาชน มีหลายหน่วยงานภายใต้กฎหมายหลายฉบับที่ต่างลำดับศักดิ์กันทำให้การสร้างงานในเชิงบูรณาการยังไม่สัมฤทธิ์ผลเท่าที่ควร ภาคประชาชนและภาคธุรกิจให้ความร่วมมือในการปฏิบัติตามกฎหมายเป็นอย่างดีแต่ก็มีบางกรณีที่ยังฝ่าฝืนกฎหมายอยู่บ้างเพราะไม่มีการเผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายให้ประชาชนทราบ ปัญหาที่เกิดขึ้นจึงมีทั้งส่วนที่เป็นตัวกฎหมายเองที่เป็นอุปสรรค การบังคับใช้กฎหมายภายใต้นโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวมีความสับสนพอสมควรและต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎหมายมีสูง มาตรการทางกฎหมายที่จะนำมาใช้คือ การใช้มาตรการทางกฎหมายอาญา มาตรการทางกฎหมายแพ่ง และมาตรการการส่งเสริมในกฎหมาย เพื่อเอื้อต่อการใช้กฎหมายในการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้างอย่างยั่งยืน

Abstract

The objective of this research is to study the authority of government sectors and public organizations, as well as roles of public and business sectors related to legally nature-based tourism activities, and the problems in legal enforcement concerning those sectors and organizations. The study also focuses on the guidelines of legal measures to promote sustainable tourism activities.

The research results revealed that the authority of government sectors and public organizations was employed under several administrative agencies and different laws with different hierarchical ranks, resulting in ineffective integrated activities. Public and business sectors willingly cooperated to comply with the laws, but some violated the laws because of a limited legal knowledge. In addition, problems arised from the laws itself, inexplicit tourism

law enforcement, and high costs of law compliance. It was recommended that legal measures to support sustainable tourism activities would be criminal law, civil law, administrative law, and other related legal measures

คำนำ

การจัดการท่องเที่ยวให้มีผลสัมฤทธิ์ ต้องมีการผสมผสานในหลายภาคส่วนทั้งแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยว บรรยากาศของการท่องเที่ยวที่ควรจะเป็นในแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นๆ การดูแลและการจัดการแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวด้านที่พัก การเดินทาง การตลาด การประชาสัมพันธ์และท้ายสุดคือการเข้มแข็งของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รักษาสภาพที่ควรจะเป็นไว้ได้

สำหรับพื้นที่บนเกาะช้าง เป็นพื้นที่ที่มีกฎหมายหลายฉบับให้อำนาจหน่วยงานหลายหน่วยงานเข้ามารับผิดชอบดูแลพื้นที่ จึงจำเป็นต้องทำการศึกษาวิจัยมาตรการทางกฎหมายให้สามารถนำมาสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

โดยแนวทางในการศึกษาวิจัยนี้มุ่งศึกษาประเด็นข้อกฎหมายในเขตพื้นที่ ที่เกี่ยวข้องกับอำนาจหน้าที่ของส่วนราชการทุกระดับ และหน่วยงานอิสระในการบริหารจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง รวมถึงบทบาทตามกฎหมายของภาคประชาชนและภาคธุรกิจที่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างพื้นที่เกาะช้างเป็นพื้นที่ด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นอกจากการศึกษาข้อกฎหมายที่บัญญัติแล้วยังมีการศึกษาถึงปัญหาในการบังคับใช้กฎหมายในด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และท้ายที่สุดเพื่อหามาตรการทางกฎหมายสำหรับสนับสนุนกิจกรรมที่เหมาะสมต่อไป

คำถามการวิจัย

1. อำนาจหน้าที่ของส่วนราชการและองค์การมหาชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามกฎหมายมีอย่างไร

2. บทบาทของภาคประชาชนและภาคธุรกิจในกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามกฎหมายมีอย่างไร

3. ปัญหาในการบังคับใช้กฎหมายของส่วนราชการ องค์การมหาชน ภาคประชาชนและภาคธุรกิจ ในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้าง มีอย่างไร

4. มาตรการทางกฎหมายเพื่อการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนเกาะช้าง มีอย่างไร

เครื่องมือและวิธีการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) เป็นงานวิจัยเอกสารร่วมกับการสืบค้นข้อมูลและการสัมภาษณ์ เพื่อทราบข้อมูล ความคิดเห็น และนำมาประมวลวิเคราะห์และอธิบายข้อเท็จจริง ปรากฏการณ์ต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนี้

   1) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ แยกเป็น กฎหมายเชิงนโยบายกฎหมายเชิงพื้นที่ และกฎหมายเชิงกิจกรรม

   2) กฎหมายที่เกี่ยวกับภาคประชาชนและภาคธุรกิจ แยกเป็น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาคประชาชนและนักท่องเที่ยวและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจและสถานประกอบการ

2. เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ในกลุ่มประชากรดังนี้

1) ผู้บริหารส่วนราชการระดับจังหวัด จำนวน 5 ราย
2) เจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการ จำนวน 7 ราย
3) ผู้บริหารภาคธุรกิจ จำนวน 4 ราย
4) ตัวแทนภาคประชาชน จำนวน 5 ราย
5) ตัวแทนนักท่องเที่ยว จำนวน 4 ราย

ผลการศึกษาวิจัย

1. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ

1.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องเชิงนโยบาย

ในการศึกษากฎหมายเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง จำนวน 2 ฉบับ คือ

1.1.1 พระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542

เป็นกฎหมายหลักเพื่อบูรณาการให้ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดเข้าร่วมกันทำงานอย่างมีเอกภาพ และประสานงานกันเพื่อความรวดเร็วในการดำเนินงาน ซึ่งต้องอาศัยความเร่งด่วน จึงสมควรมีกฎหมายให้ฝ่ายบริหารสามารถตั้งหน่วยงานบริหารเป็นองค์การมหาชนที่แตกต่างไปจากส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจได้ หากคณะรัฐมนตรีพิจารณาเห็นว่าควรจัดตั้งองค์การมหาชนเพื่อดำเนินกิจการใด ให้ออกเป็นพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งต่อไป

1.1.2 พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์กรมหาชน) พ.ศ. 2546

ปฐมเหตุในการประกาศใช้พระราชกฤษฎีกา ฉบับนี้ สืบเนื่องมาจากการประชุมเชิงปฏิบัติการของรัฐบาลในขณะนั้น ที่จังหวัดเชียงใหม่ เมื่อวันที่ 20-21 เมษายน 2544 (เอกสารเผยแพร่ อพท. หน้า 3) ที่ยกประเด็นเรื่องอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยกับบทบาทด้านเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้มีการจุดประกายนโยบายการพัฒนาหมู่เกาะช้างเชิงอนุรักษ์ระดับมาตรฐานสากลขึ้น และจากปฐมเหตุนี้มาถึงการประชุมคณะรัฐมนตรีนอกสถานที่ ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2545 ได้มีมติเห็นชอบให้ศึกษาการร่างพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยให้เกาะช้างเป็นพื้นที่พิเศษแห่งแรก (แผ่นพับ อพท.หน้าปกนอก) จึงเป็นที่มาของพระราชกฤษฎีกาฉบับนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้และกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่น โดยให้มีการบริหารและพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการ มีองค์การกลางทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ และประสานงานกับท้องถิ่นหรือพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวให้มีการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ รวมทั้งสามารถระดมบุคลากร งบประมาณ และเครื่องมือเครื่องใช้มาใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีเอกภาพและแก้ไขปัญหาโดยรวดเร็ว ตลอดจนส่งเสริมให้มีการนำความรู้ด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่มาใช้เพื่อให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้

1.2. กฎหมายที่เกี่ยวข้องเชิงพื้นที่

ในกลุ่มนี้ มีการศึกษากฎหมายระดับพระราชบัญญัติจำนวน 11 ฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ.2497 และประมวลกฎหมายที่ดิน พระราชบัญญัติที่ราชพัสดุ พ.ศ.2518 พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ.2504 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 พระราชบัญญัติสิ่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535

พระราชบัญญัติการสาธารณะสุข พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติลักษณะปกครองท้องที่ พ.ศ.2457 พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540 พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2540

กฎกระทรวง 1 ฉบับ เป็นกฎกระทรวงที่ออกตามความในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 คือกฎกระทรวงกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง หรือเปลี่ยนการใช้อาคารบางชนิด หรือบางประเภท ในพื้นที่บางส่วนในท้องที่อำเภอแหลมงอบ อำเภอเมืองตราด กิ่งอำเภอเกาะช้าง อำเภอแหลมงอบ อำเภอคลองใหญ่ และกิ่งอำเภอเกาะกูด อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด พ.ศ. 2546

กฎหมายท้องถิ่น จำนวน 7 ฉบับ ได้แก่ ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง การควบคุมการขุดดินและถมดิน พ.ศ. 2548 ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง การติดตั้งบ่อดักไขมันบำบัดน้ำเสียในอาคาร พ.ศ. 2549 ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง พ.ศ.2548 ข้อบังคับองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง การกำจัดสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย พ.ศ. 2542 ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง การควบคุมกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2547 ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง ตลาด สถานที่จำหน่ายอาหาร และสถานที่สะสมอาหาร พ.ศ. 2547 และข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้างใต้ เรื่อง การควบคุมการขุดดินและถมดิน พ.ศ.2548

1.3 กฎหมายที่เกี่ยวข้องเชิงกิจกรรม

กฎหมายกลุ่มนี้ ศึกษากฎหมาย 5 ฉบับ ประกอบด้วย พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2544 พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 พระราชบัญญัติการประมง พ.ศ.2490 พระราชบัญญัติสัตว์พาหนะ พ.ศ.2482

2. กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาคประชาชนและภาคธุรกิจ

2.1 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาคประชาชนและนักท่องเที่ยว

กฎหมายที่เกี่ยวข้องด้านนี้ ศึกษาจากกฎหมาย 2 ฉบับ คือ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ลักษณะ 10 หมวด 3 วิธีการเฉพาะสำหรับเจ้าสำนักโรงแรม และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

2.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาคธุรกิจและสถานประกอบการ

กลุ่มนี้ ศึกษาจากกฎหมาย 2 ฉบับคือ พระราชบัญญัติโรมแรม พ.ศ.2547 และพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีหลากหลายมาก โดยในรายงานฉบับนี้จะแยกเป็น 11 กลุ่ม คือ

3.1 อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504

3.2 กองทัพเรือ และ ธนารักษ์จังหวัดตราด เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติที่ราชพัสดุ พ.ศ.2518

3.3 จังหวัดตราดและกิ่งอำเภอเกาะช้าง เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 และ

พระราชบัญญัติองค์การบริหารราชการส่วนตำบล พ.ศ.2537

3.4 องค์การบริหารส่วนจังหวัดตราด เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540

3.5 องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง และองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้างใต้ เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารราชการส่วนตำบล พ.ศ.2537 และกฎหมายอื่นที่ให้อำนาจกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น

3.6 องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนา พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์กรมหาชน) พ.ศ. 2546

3.7 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง เขต 5 (ตราด) เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535

3.8 สำนักงานท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดตราด เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535

3.9 สำนักงานที่ดินจังหวัดตราด ส่วนแยกแหลมงอบ เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตามประมวลกฎหมายที่ดิน

3.10 สถานีตำรวจภูธรกิ่งอำเภอเกาะช้าง เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตาม พระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2547 และพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509

3.11 กรมขนส่งทางน้ำและพาณิชย์นาวี เป็นหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ตาม พระราชบัญญัติการเดินเรือในน่านน้ำไทย พ.ศ. 2456

4. การบังคับใช้กฎหมาย ในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกโดยมีผลการสัมภาษณ์ ดังต่อไปนี้

4.1 มาตรการด้านสภาพแวดล้อมของเกาะช้าง

4.1.1 ด้านความสะอาดของหาด และสภาพแวดล้อม พบว่า ในข้อมูลพื้นฐานด้านพื้นที่ มีที่ดินอยู่นอกเขตอุทยานอันสามารถออกเอกสารสิทธิตามประมวลกฎหมายที่ดินได้ (สมชาย. 2550, 27 กรกฎาคม. สัมภาษณ์) ดังนี้

1. ด่านเก่า	9,063 ไร่
2. คลองสน	3,790 ไร่
3. คลองพร้าว	8,242 ไร่
4. บางเบ้า	771 ไร่
5. สลักคอก สลักเพชร	19,297 ไร่

โดยในการออกเอกสารสิทธิ จะออกให้กับผู้มี สค. 1 เท่านั้น ปัจจุบันปัญหาเอกสารสิทธิอยู่ระหว่างการพิสูจน์สิทธิ (สมชาย. 2550, 20 กรกฎาคม. สัมภาษณ์) ข้อเท็จจริงยังไม่เป็นที่ยุติ (ณฤพล. 2550, 20 กรกฎาคม. สัมภาษณ์) ซึ่งปัจจุบันมีการดำเนินคดีในชั้นศาลในที่ดินบางแปลง (นวรัตน์. 2549, 20 ธันวาคม. สัมภาษณ์) ดังนั้นในประเด็นนี้จะไม่นำมากล่าวในรายงานวิจัยฉบับ

จากการสัมภาษณ์ภาคธุรกิจ ภาคประชาชนและนักท่องเที่ยว พบว่า ในด้านเกาะช้างตะวันตก เป็นที่ตั้งของสถานที่พักตากอากาศชั้นนำและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบเป็นอย่างมากนั้น ปริมาณขยะเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยว บริเวณชายหาดไม่มีปัญหาเพราะแต่ละรีสอร์ทจะดูแลกันเอง

สำหรับถังขยะที่เป็นจุดทิ้งขยะนี้ในช่วงฤดูท่องเที่ยวก็ไม่มีปัญหาเช่นกัน แต่ถ้าเป็นฤดูมรสุมตัวถังขยะและบริเวณใกล้เคียงจะมีความสกปรกมาก

ในด้านเกาะช้างตะวันออกซึ่งเป็นที่ตั้งของชาวบ้านที่เป็นชุมชนดั่งเดิม ชุมชนให้ข้อมูลว่าจำนวนถังขยะที่ทางองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จัดให้นั้นที่บ้านเจ๊กแบ้ไม่เพียงพอกับจำนวนขยะ อบต.ไม่สนใจพื้นที่เหมือนทางด้านฝั่งตะวันตกแต่ในภาพรวมก็ยังมีแนวโน้มที่ดีขึ้นกว่าในอดีตอยู่บ้าง

ปัญหาด้านขยะนี้ ส่วนราชการทั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน(องค์การมหาชน) หรือ อพท.กิ่งอำเภอเกาะช้าง อบต.เกาะช้าง และ อบต.เกาะช้างใต้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากโดยใช้มาตรการกำจัดและมาตรการเก็บขน ปัญหาปัจจุบันคือการเก็บขยะไม่หมด ในด้านนี้หน่วยงานหลักคือ อบต. ซึ่งทาง อบต.ก็ได้รับทราบปัญหาแล้ว ทาง อบต.ได้มีนโยบายในการจัดเก็บให้ถี่ขึ้น โดยลดจุดทิ้งขยะแต่เพิ่มพื้นที่ให้มีปริมาณมากพอ นอกจากนี้ ยังมีโครงการร่วมที่นำโดย กิ่งอำเภอเกาะช้าง เป็นผู้ริเริ่มให้มีการคัดแยกขยะ เพื่อความสะดวกในการจัดเก็บของอบต.ทั้งสองแห่ง โดยขยะเปียกจัดเก็บทุกวัน ขยะแห้งเก็บวันจันทร์กับวันพุธ ขยะอันตรายเก็บทุกวันพุธ และแนวโน้มน่าจะไปในทางที่ดี เพราะเมื่อสอบถามนักเรียนระดับประถมในบ้านสลักเพชร บ้านสลักคอกนักเรียนทุกคนรู้ว่าขยะชนิดใดให้ทิ้งลงถังสีอะไรซึ่งเป็นตัวบงชี้ถึงทิศทางในอนาคตที่น่าจะเป็นไปได้ด้วยดี

ด้านน้ำเสีย ไม่มีระบบบำบัดรวม โรงแรมส่วนใหญ่ใช้ถังแซ็ก ก่อนระบายลงท่อสาธารณะ ส่วนรีสอร์ทขนาดกลางและเล็กใช้ระบบซึม ถ้าซึมไม่ทันก็มีการระบายลงทะเลทางท่อสาธารณะ เป็นที่น่าสังเกตว่า ที่พักที่ใช้ระบบซึมอย่างเดียวนี้สีของทรายมีการเปลี่ยนแปลงแล้ว ด้านฝั่งตะวันออกซึ่งเป็นชุมชนประมง แต่ละบ้านยังคงใช้วิถีชีวิตดังเดิมต่อการใช้น้ำและการทิ้งน้ำใช้แล้ว ส่วนกิจการโฮมสเตย์และร้านอาหารที่ไม่ใช่โรงแรมก็มีการใช้บ่อดักไขมันอยู่บ้าง ก็ยังคงปล่อยน้ำลงทะเล

สำหรับมาตรการบังคับใช้กฎหมาย บนพื้นที่เกาะช้างนี้ ทางอบต.ยังไม่มีการบังคับใช้บทลงโทษทางกฎหมาย ส่วนใหญ่จะเป็นการขอความร่วมมือจากประชาชน

นักท่องเที่ยวที่เคยมาเกาะช้างในอดีตกล่าวว่า สภาพแวดล้อมของเกาะช้างเปลี่ยนไปมาก สถานบันเทิง และสิ่งปลูกสร้างเพิ่มมากขึ้นอีกทั้งสิ่งปลูกสร้างซึ่งอยู่ในระหว่างกำลังดำเนินการปลูกสร้างก็มีอยู่มาก ทำให้คนงานมีจำนวนมากด้วย ผู้ให้สัมภาษณ์มองแล้วรู้สึกไม่ประทับใจเหมือนครั้งที่เคยมาท่องเที่ยวเพราะความเจริญเข้ามามากจนเกินไปเหมือนกับไปท่องเที่ยวที่พัทยา ทั้งคนงานก็มีมากผู้ให้สัมภาษณ์รู้สึกไม่สบายใจกับความปลอดภัยกับสวัสดิภาพและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวเลยหากทำการเลือกพักที่รีสอร์ทที่อยู่ใกล้ๆ หรือ รีสอร์ทที่กำลังต่อเติม

4.1.2 ด้านความเพียงพอของพื้นที่โรงแรม/ที่พัก

ลักษณะภูมิประเทศเกาะช้าง ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายควบคุมอาคาร โดยมีกฎกระทรวงกำหนดบริเวณห้ามก่อสร้าง หรือเปลี่ยนการใช้อาคารบางชนิด หรือบางประเภท ในพื้นที่บางส่วนในท้องที่อำเภอแหลมงอบ อำเภอเมืองตราด กิ่งอำเภอเกาะช้าง อำเภอแหลมงอบ อำเภอคลองใหญ่ และกิ่งอำเภอเกาะกูด อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด พ.ศ. 2546 (รายงานฉบับนี้. หน้า 89-92) ที่กำหนดบริเวณ ไว้ 4 บริเวณ แต่ละบริเวณห้ามมิให้สร้างอาคารสูงเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด จากข้อกำหนดนี้

ทำให้การขยายพื้นที่หรือสิ่งปลูกสร้างบนเกาะช้างคงเป็นไปได้ไม่มากนัก และทางส่วนราชการที่ตั้งอยู่บนเกาะช้าง ผู้ประกอบการ ชุมชน และนักท่องเที่ยวต่างให้ความเห็นไปในแนวทางเดียวกันว่า ถ้าเป็น เวลาที่ไม่ใช่ฤดูท่องเที่ยวไม่มีปัญหาเรื่องที่พัก แต่ถ้าเป็นฤดูท่องเที่ยว ทางฝั่งตะวันตกหรือด้านชายหาดนี้มีปัญหาที่พักไม่เพียงพอ และยังส่งผลดีต่อกิจการโฮมสเตย์ของชุมชนฝั่งตะวันออกด้วย

เกาะช้างเป็นเกาะที่มีหาดทรายสวย นักท่องเที่ยวนิยมมาที่เกาะช้างเพื่อชื่นชม หาดทราย ทะเล และอาบแดด ล้วนแล้วแต่เป็นกิจการที่เงียบสงบและเป็นส่วนตัว ดังนั้น การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ส่งผลลดความเป็นส่วนตัวหรือมีเสียงอื้ออึง เช่น กิจกรรมเรือกล้วย หรือเจ๊ทสกี ก็ไม่ได้รับอนุญาตให้มีในเขตบริเวณเกาะช้าง โดยมีกฎหมาย(ประกาศกรมป่าไม้. 2540. ข้อ 2.6) กำหนดไม่ให้จัดกิจกรรมอื่นที่ทำให้เกิดความรำคาญ รบกวนผู้มาพักผ่อนชมธรรมชาติและรบกวนสัตว์ป่า ทั้งนี้หน่วยงานที่ดูแลให้เป็นไปตามประกาศฉบับนี้คือ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจตามพระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 แต่ช่องทางเดินลงชายหาดเกือบตลอดทางที่ติดชายหาด ล้วนแต่ต้องผ่านที่ดินของสถานประกอบการเกือบทั้งสิ้น ในการลงไปสู่ชายหาดของประชาชนที่มาเที่ยวโดยไม่ได้เข้าพักในสถานที่ที่ติดชายหาดก็มีข้อจำกัด

ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่ง กรณีที่กิจการที่จัดขายเฉพาะการเดินทาง ไม่ประสานด้านที่พักให้นักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงเกาะช้างแล้วที่พักเต็ม หรือมีแต่ไม่เป็นที่พึงพอใจ ก็จะกลับโดยกิจการนั้นยังคงได้ค่าตอบแทนจากการเดินทาง พฤติกรรมเหล่านี้สร้างความผิดหวังให้นักท่องเที่ยว แต่ก็ไม่ถือว่าหลอกลวงเพราะไม่ได้โกหกเพียงแต่ไม่ดูแลนักท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งปัญหานี้จะเกิดแต่กับนักท่องเที่ยวชาวไทย เท่านั้น

นักท่องเที่ยวกับมองว่า ปัจจุบันนี้เกาะช้างเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นหลักมากกว่าคนไทย ทั้งที่เกาะช้างเป็นพื้นที่ของคนไทยของประเทศไทยแต่สถานประกอบการต่างๆ กับให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดความรู้สึกไม่ประทับใจเท่าที่ควร แต่ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวเกาะช้างแล้วเข้าพักโฮมสเตย์ฝั่งตะวันออกของเกาะช้าง มีความประทับใจชาวบ้านอย่างมาก มาแล้วอยากมาอีก อบอุ่นดี

4.1.3 ด้านคุณภาพของน้ำที่ใช้อุปโภคบริโภค

น้ำจืดที่นำมาใช้ในพื้นที่เกาะช้าง มาจากแหล่งน้ำธรรมชาติ ทั้งแหล่งน้ำบนดินและแหล่งน้ำใต้ดิน จะประสบภาวะขาดแคลนน้ำช่วงเดือนกุมภาพันธ์ ถึง เดือนเมษายน โดยทาง อบต. เกาะช้างใต้มีแนวทางแก้ปัญหาโดยการจัดทำระบบประปาเพื่อทดลองใช้ก่อน และทางชุมชนได้พยายามจัดทำทำเขื่อนกักเก็บน้ำในช่วงน้ำมากเพื่อบรรเทาปัญหาน้ำขาดแคลน แต่ติดด้วยข้อกฎหมายในที่ซึ่งเป็นเขตอุทยาน อันต้องได้รับอนุญาตก่อนจึงจะดำเนินการได้ นอกจากนี้ปริมาณน้ำบนเขาที่มีมากมาแต่อดีตนั้น ปัจจุบันเมื่อฝนตกมีปริมาณน้ำมากแต่ทำไมน้ำถึงแห้งเร็วกว่าสมัยก่อน ทั้งๆ ที่ป่าไม้ยังอยู่ในสภาพเดิมหลายคนคาดว่ามาจากการนำน้ำใต้ดินมาใช้มากจึงเกิดการไหลแทนที่ทำให้น้ำแห้งเร็ว ซึ่งเป็นความเชื่อที่ยังไม่มีการพิสูจน์ทราบทางวิทยาศาสตร์แต่ประการใด ข้อเท็จจริงเหล่านี้ก็เป็นปัจจัยร่วมในการเกิดปัญหาน้ำบนเกาะช้าง การแก้ปัญหาที่ชาวบ้านและสถานประกอบการใช้กันอยู่คือการซื้อน้ำมาบรรเทาปัญหา

4.1.4 ด้านความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางทะเล

มาตรการที่กำหนดขึ้นเพื่อรักษาความสมบูรณ์ของทรัพยากรทางทะเล มีอยู่พอสมควร ทั้งยังมีการอบรมให้ความรู้กับประชาชนที่ประกอบกิจการท่องเที่ยวทางทะเลในรูปแบบต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และชุมชนก็ร่วมอนุรักษ์เป็นอย่างดี เมื่อสอบถามผู้ประกอบการยังไม่พบการติดตามตรวจสอบจากส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ปัญหาสภาวะโลกร้อนและกระแสน้ำอุ่นที่ผันแปรส่งผลบางประการต่อปะการังในบริเวณเกาะช้างอยู่บ้าง ซึ่งอยู่นอกเหนือการป้องกันได้

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวพบว่า ผู้ประกอบการจะมีการอธิบายวิธีการเล่นน้ำที่ควรจะเป็น การไม่เก็บเปลือกหอยหรือซากปะการัง ถ้านักท่องเที่ยวยืนยันจะเอาหอยกลับมาด้วยผู้ประกอบการโฮมสเตย์บางแห่งถึงขนาดไม่ให้โดยสารเรือกลับมาด้วย สร้างความมีวินัยให้นักท่องเที่ยวอยู่ไม่น้อย

กรมป่าไม้เดิมหรือกรมอุทยานสัตว์ป่าและพันธุ์พืชมีการรณรงค์เรื่องการอนุรักษ์ให้กับประชาชนในพื้นที่ให้เห็นความสำคัญและเข้ามามีส่วนร่วม แต่ก็มีผู้ประกอบการบางส่วนเห็นว่ามาตรการที่มีส่วนใหญ่เป็นในเรื่องหลักการหรือนโยบายป้องกัน แต่ไม่มีการติดตามตรวจสอบโดยเฉพาะในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทางทะเล เช่น ถ้านักท่องเที่ยวไปกระทำความเสียหายต่อปะการังก็จะไม่มีการทราบได้น่าจะมีมาตรการดูแลที่เป็นรูปธรรมกว่าที่เป็นอยู่ ทั้งๆ ที่อุทยานเก็บค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในอัตรา คนละ 400 บาท รายได้ส่วนนี้น่าจะนำมาสร้างมาตรการที่เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เกิดขึ้น

ผู้ประกอบการที่เป็นภาคประชาชนและชุมชน ให้ความเห็นว่า ในอดีตเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมามีความแตกต่างจากปัจจุบัน แต่ในช่วง 5 ปีมานี้สภาพความสมบูรณ์ไม่แตกต่างกับปัจจุบันเท่าใดนัก และผู้ประกอบการยังแจ้งว่าพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉพาะกลุ่มประเทศยุโรปและอเมริกาไม่ค่อยเบียดเบียนธรรมชาติ เป็นนักท่องเที่ยวที่ร่วมรักษาสภาพแวดล้อมเป็นอย่างดี

4.2 มาตรการด้านประชาสัมพันธ์ การให้รายละเอียดข้อมูล เกี่ยวกับ

4.2.1 โรงแรม ที่พัก

การประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ด้านการตลาดให้กับแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวม นอกจากนี้ยังมีจังหวัดตราด องค์การบริหารส่วนจังหวัด กิ่งอำเภอเกาะช้าง องค์การบริหารส่วนตำบลทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์สนับสนุนอีกทางหนึ่ง แต่ยังไม่ทั่วถึงเพราะในแผนที่ ยังมีบ้านเจ๊กแบ้ที่มีกิจการโฮมสเตย์แต่ทางผู้ประกอบการแจ้งว่าไม่ปรากฏข้อมูลในแผนที่เผยแพร่ที่พักให้นักท่องเที่ยวทราบ

สำหรับการประชาสัมพันธ์ สถานที่พักแต่ละแห่งหรือสถานประกอบการแต่ละที่จะเป็นผู้ประชาสัมพันธ์กิจการของตัวเอง ให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากที่สุด

นักท่องเที่ยวทราบข่าวจากปากต่อปากมาแล้ว พบว่า มีหาดทรายสวย ทะเลใส บรรยากาศเป็นส่วนตัว มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว แต่กิจกรรมยามราตรียังไม่เพียงพอ ควรมีมากกว่านี้ แต่นักท่องเที่ยวอีกกลุ่มมองว่าเป็นสิ่งที่ดีที่ไม่ทำให้เกาะช้างเหมือนแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลอื่นที่มีกิจกรรมมากจนความเป็นธรรมชาติหมดไป และที่มาเที่ยวเกาะช้างเนื่องจากความเป็นส่วนตัวที่แหล่งท่องเที่ยวอื่นไม่มี

4.2.2 การเดินทาง (ไป-กลับเกาะช้างและบนเกาะช้าง)

ในภาคธุรกิจท่องเที่ยว การเดินทางจากฝั่งขึ้นเกาะเดินทางโดยเรือข้ามฝั่งขนาดใหญ่ที่บรรทุกรถยนต์ได้ เมื่อขึ้นฝั่งแล้วจะโดยสารรถรับจ้างที่ประจำอยู่ที่ท่าเรือไปยังสถานที่ต่างๆ

ลักษณะรถโดยสารประจำทางจะเป็นรถกระบะนำมาปรับให้เป็นรถสองแถว วิ่งระยะทางตามที่สัมปทานได้ ซึ่งข้อมูลที่สำนักงานขนส่งจังหวัดตราดแจ้งมานั้น คือ เริ่มจากสถานที่จอดรถโดยสารประจำทางบ้านด่านใหม่ ไปตามทางหลวงชนบท(ถนน อบจ.สายบ้านคลองสน – บ้านสลักเพชร) ผ่านบ้านแหลมตะเคียน บ้านด่านเก่า ถึงบ้านอ่าวสับปะรด ไปตามทางหลวงชนบท (ถนน อบต.เกาะช้าง) ผ่านบ้านคลองสน บ้านหาดทรายขาว บ้านคลองพร้าว ไปสุดเส้นทาง ณ สถานที่จอดรถโดยสารประจำทางบริเวณบ้านมาบค้างคาว ระยะทางตลอดสาย 27 กิโลเมตร (ว่าที่ร้อยโทวีระ เจริญลิ้มประเสริฐ. 27 กรกฎาคม 2550) สำหรับสภาพถนนมีความลาดชันตามสภาพภูมิประเทศ

สำหรับราคาค่ารถประจำทาง มีทั้งผู้ที่มองว่าสมเหตุสมผล แต่บางคนโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเหมือนถูกบังคับให้ต้องจ้างเหมารถทางอ้อม เพราะถ้ารถไม่เต็มไม่ออกรถ ไม่มีการวิ่งรถเป็นเวลา นอกจากนี้ยังมีปัญหาของชาวบ้านเรื่องการจัดรถประจำทางที่มีไม่ทั่วเกาะและความไม่เป็นเวลาของรถประจำทาง สำหรับสถานประกอบการจะมีรถไว้บริการนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ก็จะบรรเทาปัญหาได้อยู่บ้าง

4.3 มาตรการความปลอดภัย ด้านกิจกรรมและบริการต่างๆ ในโรงแรม สถานที่พัก

ด้านความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง ซึ่งเมื่อสังเกตและสัมภาษณ์ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการแล้ว พบว่า มีอุปกรณ์ชูชีพในเรือ มีการสอนนักท่องเที่ยวในการใช้อุปกรณ์และวิธีการที่ถูกต้องในการชมปะการัง รวมถึงมาตรการเพื่อความปลอดภัยต่างๆ

แม้จะมีอุปกรณ์ชูชีพ แต่ก็ยังเกิดปัญหาต่อนักท่องเที่ยวอยู่บ้าง ส่วนใหญ่มาจากการดื้อดึงของนักท่องเที่ยวเอง สำหรับปัญหาด้านการจราจรมีจากหลายสาเหตุ แต่สาเหตุหนึ่งคือนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่ขับพวงมาลัยซ้าย จะมีช่องทางเดินรถที่ตรงกันข้ามกับของไทย เมื่ออยู่ในภาวะคับขันหรือตกใจหักหลบจะเป็นไปตามสัญชาตญาณพุ่งไปทางที่คุ้นเคยซึ่งในประเทศไทยจะเป็นการพุ่งเข้าหารถที่วิ่งสวนทางมา

4.4 มาตรการด้านโรงแรม ที่พัก สิ่งปลูกสร้าง

ทางผู้ประกอบการยืนยันว่ามีการดำเนินการตามที่กฎหมายกำหนดเกณฑ์ไว้ หากมีส่วนใดที่ทางราชการแจ้งทางสถานประกอบการก็จะให้ความร่วมมือ และทาง อบต. ก็ยืนยันว่าได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการด้วยดี สำหรับนักท่องเที่ยว ไม่มีความเห็นในเรื่องนี้

4.5 มาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยบนเกาะช้าง

การรักษาความปลอดภัยบนเกาะช้างมีสถานีตำรวจภูธรกิ่งอำเภอเกาะช้างเป็นหน่วยงานหลัก และมีภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลอีกส่วนหนึ่ง

ในการวิจัยครั้งนี้มีการรวบรวมสถิติการเกิดเหตุอาชญากรรมในพื้นที่ อำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด ปี พ.ศ.2550 นั้น มีการแจ้งความดำเนินคดีตามกฎหมายในปี พ.ศ. 2550 ถึงวันที่ 24 กรกฎาคม 2550 จำนวน 61 ราย จำแนกเป็น

1) ผู้กระทำความผิดเป็นคนที่มีภูมิลำเนาบนเกาะช้าง จำนวน 15 คน
2) ผู้กระทำความผิดเป็นคนไทยที่มิได้มีภูมิลำเนาบนเกาะช้าง จำนวน 43 คน
3) ผู้กระทำความผิดเป็นคนต่างชาติ จำนวน 3 คน

4) ผู้เสียหายเป็นคนที่มีภูมิลำเนาบนเกาะช้าง จำนวน 36 คน
5) ผู้เสียหายเป็นคนไทยที่มิได้มีภูมิลำเนาบนเกาะช้าง จำนวน 25 คน
6) ผู้เสียหายเป็นคนต่างชาติ ไม่มี

ลักษณะความผิด ปรากฏว่าเป็นความผิดที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรงเพียง 1 ราย (ลำดับที่ 7) นอกนั้นเป็นความผิดอาญาในฐานความผิดเกี่ยวกับ ชีวิต ร่างกายและทรัพย์ และความผิดในส่วนทรัพยากรธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ แต่ที่สอบถามนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวมั่นใจในเรื่องความปลอดภัยบนเกาะโดยเฉพาะส่วนกิจการโฮมสเตย์ฝั่งตะวันออก

4.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าและบริการบนเกาะช้าง

4.6.1 ความรู้สึกมั่นใจ หรือพอใจกับ ราคาของอาหาร โรงแรมหรือที่พักสิ่งอำนวยความสะดวกบนเกาะช้าง

ราคาสินค้าและบริการบนเกาะช้าง นักท่องเที่ยวรับได้ และเห็นว่ามีความสมเหตุสมผล แต่มีร้านขายอาหารบางรายบริเวณน้ำตกคลองพลู น้ำเปล่าขนาดเล็กราคาขวดละ 20 บาท อาหารทะเลเป็นที่น่าประทับใจ ในส่วนฝั่งตะวันออกอาหารทะเลราคาไม่แพงนักท่องเที่ยวแจ้งว่ามาแล้วอยากมาอีกประทับใจ ทั้งความเป็นกันเอง รสชาติและราคาที่จูงใจอย่างมาก

4.6.2 การเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

นักท่องเที่ยวมีทั้งส่วนที่เห็นว่าสภาพที่มีอยู่นี้พอรับได้น่าค้นหาดี ได้รสชาติของการเดินทาง และบางส่วนเห็นว่ารับไม่ได้ไม่ประทับใจ แต่ในฤดูท่องเที่ยวหรือวันหยุดตามเทศกาลการจราจรหนาแน่นมาก ราคาค่าโดยสารไม่มีการติดป้ายบอกราคา และสถานการณ์ทำให้นักท่องเที่ยวต้องยอมเหมารถเนื่องจากรถจะออกเมื่อมีจำนวนคนตามที่สมควรของคนขับ ไม่ได้ยึดเวลาออกรถ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักรีสอร์ทหรือโฮมสเตย์บางแห่งที่มีรถบริการเฉพาะประทับใจในบริการมาก

5. ปัญหาในการบังคับใช้กฎหมาย

ในกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้างจากข้อเท็จจริงจาการสัมภาษณ์สามารถนำมาพิจารณา พบปัญหาที่พอสรุปได้ 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

5.1 ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายต่อนักท่องเที่ยว

ด้านการเดินทาง นักท่องเที่ยวไม่มีทางเลือกในการซื้อบริการรถโดยสารเนื่องจากติดด้วยปัญหารถมีการสัมปทาน ทำให้ประชาชนบนเกาะช้างที่ประสงค์จะวิ่งรถต้องเข้าสู่ระบบการสัมปทาน โดยในปัจจุบันมีเพียงรายเดียวไม่มีการแข่งขัน ดังนั้น ทั้งราคาและบริการจึงไม่เป็นที่น่าประทับใจนักท่องเที่ยว เมื่อมีการเดินทางมาครั้งต่อไปมักจะนำรถมากันเอง ก็จะส่งผลกระทบต่อปริมาณรถบนเกาะช้างให้มีปริมาณสูงขึ้นและติดขัดในช่วงเทศกาลต่างๆ นอกจากนี้ยังมีกรณีที่ผู้ประกอบการรถรับจ้างจากฝั่งที่นำนักท่องเที่ยวเดินทางมาเกาะช้าง จะรับผิดชอบเพียงการขนส่งเท่านั้น ไม่ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเรื่องที่พักตั้งแต่ก่อนการเดินทาง หากเดินทางมาถึงแล้วไม่มีที่พักนักท่องเที่ยวต้องเดินทางกลับซึ่งผู้ประกอบการรถขนส่งก็ยังคงได้ค่าจ้างตามปกติ แต่นักท่องเที่ยวไม่สามารถมีกิจกรรมท่องเที่ยวได้อย่างสมประสงค์ ในทางกฎหมายไม่สามารถเอาผิดกับรถรับจ้างได้เพราะไม่อยู่ในขอบเขตความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวในเรื่องที่พัก ส่วนนี้เป็นปัญหาด้านความรู้สึกของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นอย่างมาก แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลับไม่มีผลกระทบใดๆ เพราะพักที่ไหนก็ได้ไม่คาดหวังกับระดับของที่พักเท่าใดนัก

ด้านที่พักและสิทธิในทางกฎหมายของนักท่องเที่ยว ไม่ปรากฏว่านักท่องเที่ยวทราบมาก่อนเลยว่าตนเองมีสิทธิได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายในความเสียหายที่เกิดจากการเข้าพักแรมในโรงแรม รีสอร์ท หรือโฮมสเตย์

ด้านการคุ้มครองสิทธิของนักท่องเที่ยวตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค นักท่องเที่ยวแจ้งว่าเมื่อพบเหตุการณ์ไม่ทราบว่าจะไปแจ้งหน่วยงานใดบนเกาะ เวลามาท่องเที่ยวจะมาช่วงวันหยุดหน่วยงานราชการบนเกาะช้างปิด ไม่มีแหล่งในการแจ้งเหตุการณ์ใดๆ เลย ตลอดเวลาที่ท่องเที่ยวบางครั้งไม่พบตำรวจท่องเที่ยวเลย

ด้านการจราจร กฎหมายไม่มีการบังคับอย่างจริงจังในเรื่อง หมวกกันน็อค และเข็มขัดนิรภัย กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติทำให้เมื่อประสบอุบัติเหตุ ผลเสียหายจึงมีความรุ่นแรงอย่างมาก แต่นักท่องเที่ยวเห็นว่าการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มงวดทำลายบรรยากาศการท่องเที่ยว

5.2 ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายต่อภาคธุรกิจและชุมชน

ด้านสิ่งแวดล้อมและมาตรการตามกฎหมาย หลายกิจการมีการปฏิบัติตามกฎหมายในมาตรการด้านการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและการกำจัดมลพิษรวมถึงกฎหมายด้านอื่นๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีต้นทุนในการปฏิบัติตามกฎหมายทั้งสิ้น ดังนั้นสถานประกอบการบางแห่งอาจใช้อิทธิพลหรือเงินเพื่อทำให้กิจการอยู่รอดโดยไม่ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย เนื่องจากการทำตามกฎหมายมีต้นทุนสูง

การพิจารณาออกใบอนุญาตตามกฎหมายธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ต้องเดินทางจากเกาะช้าง จังหวัดตราด มาดำเนินการที่กรุงเทพฯ

ชุมชนบนเกาะช้างมีหลายชุมชนอาชีพหลักคือทำประมงและสวนยาง บางชุมชนมีรายได้เสริมด้วยการเปิดกิจการโฮมสเตย์บริการนักท่องเที่ยว จากสัมภาษณ์ชุมชนปัญหาการบังคับใช้กฎหมายต่อชุมชนยังไม่ปรากฏ แต่เมื่อพิจารณาข้อกฎหมายพบว่าหลายมาตรการที่ต้องมีการปฏิบัติตามกฎหมายแต่ปัจจุบันยังไม่มีการบังคับกันอย่างจริงจัง โดยเฉพาะกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเขตอุทยานที่กฎหมายกำหนดเงื่อนไขในการใช้ประโยชน์หรือทำกิจกรรมในพื้นที่เขตอุทยาน ซึ่งถ้ามีการบังคับอย่างจริงจังแล้วคงเกิดผลกระทบต่อภาคชุมชนอยู่ไม่น้อย

5.3 ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานราชการ

ประเด็นนี้เป็นประเด็นที่สำคัญมากในการบูรณาการเกาะช้างให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน เนื่องจากมีกฎหมายหลายฉบับที่ให้อำนาจหน่วยงานหลายหน่วยงาน(รายงานฉบับนี้. หน้า 203-204) เช่น อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะช้าง กองทัพเรือ ธนารักษ์จังหวัดตราด กิ่งอำเภอเกาะช้าง องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง และองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้างใต้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคกลาง เขต 5 (ตราด) สำนักงานท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดตราด เป็นต้น โดยหน่วยงานทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่มีกฎหมายกำหนดอำนาจหน้าที่ในการดูแลพื้นที่และดำเนินกิจกรรมตามกฎหมายฉบับนั้นๆ โดยมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานเชิงบูรณาการพื้นที่ให้บรรลุสู่การเป็นพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แต่เนื้อหากฎหมายกลับมอบอำนาจให้เป็นเพียงผู้ประสานงาน และกฎหมายที่ก่อตั้งยังมีลำดับศักดิ์เป็นพระราชกฤษฎีกาซึ่งอยู่ในฐานะรองจากพระราชบัญญัติ ดังนั้นเมื่อมีการขัดแย้งของอำนาจในทางกฎหมายจึงยังคงต้องเป็นไปตามที่พระราชบัญญัติกำหนดไว้เป็นหลัก ประเด็นเหล่านี้จึง

เป็นปัญหาที่สำคัญมากในการปฏิบัติตามกฎหมายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายแห่งการพัฒนาพื้นที่เกาะช้างให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยืน

6. มาตรการทางกฎหมายเพื่อการสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติบนพื้นที่เกาะช้าง

จากการศึกษามาตรการในกฎหมายที่กล่าวมาในรายงานการวิจัยฉบับนี้ พบว่า มาตรการทางกฎหมายที่ปรากฏสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มด้วยกัน คือ

มาตรการทางกฎหมายอาญา เป็นมาตรการที่สร้างความเกรงกลัวในการบังคับใช้กฎหมาย ซึ่งกฎหมายที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวนี้จะมีโทษจำคุกกับโทษปรับเป็นหลัก

มาตรการทางกฎหมายแพ่ง เป็นมาตรการที่ใช้ในการเรียกร้องต่างๆ ตามสิทธิเรียกร้องที่พึงมี รวมถึงการใช้สิทธิแห่งตนในทางทรัพยสิทธิด้วย

มาตรการทางกฎหมายปกครอง เป็นมาตรการที่ส่วนงานราชการใช้อำนาจในการบริหารจัดการตามกฎหมาย โดยสภาพบังคับในกฎหมายลักษณะนี้จะปรากฏในรูปแบบการให้อนุญาต หรือไม่อนุญาต ในเรื่องต่างๆ เป็นต้น

มาตรการส่งเสริมในกฎหมาย เป็นมาตรการที่มุ่งในการสร้างความสามารถในการปฏิบัติตามกฎหมายของประชาชน โดยต้องเป็นไปตามที่กฎหมายกำหนด เช่น มาตรการด้านกองทุนสิ่งแวดล้อม และมาตรการส่งเสริมในพระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535

สรุป

อำนาจหน้าที่ของส่วนราชการและองค์การมหาชนที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติตามกฎหมาย บนพื้นที่เกาะช้างเมื่อต้องมีการดำเนินการตามกฎหมายแล้วพบว่าภารกิจตามกฎหมายเมื่อแยกพิจารณาเป็น 2 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่หนึ่ง กฎหมายที่เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ และเกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างเอาจริงเอาจังเพื่อให้เกิดความมั่นในในความปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว และจากการบังคับอย่างจริงจังนี้เองจะเป็นการเพิ่มต้นทุนในการกระการตามกฎหมายได้โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม

ลักษณะที่สอง กฎหมายที่เป็นกฎหมายทั่วๆ ไป กลับพบว่ามีหลายส่วนงานที่ไม่มีการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังเพราะ การเคร่งครัดในข้อกฎหมายอาจจะกระทบต่อบรรยายกาศการท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะ

1. มาตรการทางการปรับปรุงกฎหมาย

หลักการในการจัดตั้งองค์กรที่เข้ามาบูรณาการด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นหลักการที่เป็นประโยชน์และสามารถนำมาสู่การปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมได้ แต่ด้วยกฎหมายที่มีในประเทศไทยมีหลายฉบับ แต่ละฉบับมีอำนาจหน้าที่ในการบังคับใช้ที่เข้มข้นต่างกันไป การที่หน่วยงานกลางมีอำนาจหน้าที่เพียงการประสานงานและการส่งเสริมตามที่กฎหมายระดับพระราชกฤษฎีกา จึงยังคงติดขัดด้วยนิติวิธีที่ควรจะเป็น ดังนั้นสมควรมีการศึกษาวิจัยความเป็นไปได้ในการคง หน่วยงาน อพท.ไว้โดยยกฐานะขึ้นเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งโดยพระราชบัญญัติ โดยให้ครอบคลุมทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น อำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน และการประสานงานกับต่างหน่วยงานที่รักษาการตามกฎหมายอื่นให้เป็นการกระทำที่ชอบด้วยกฎหมายไม่ใช่เพียงแค่การดำเนินการที่ชอบด้วย

นโยบายเท่านั้น การคัดสรรผู้บริหารและวาระการดำรงตำแหน่ง การตรวจสอบหรือแม้แต่การมีส่วนร่วมของของประชาชนในระดับต่างๆ เป็นต้น

2. มาตรการเผยแพร่ความรู้ทางกฎหมายสู่ทุกภาคส่วน

ในการส่งเสริมความรู้ทางกฎหมายสู่ประชาชนบนเกาะ จะเป็นมาตรการที่สำคัญอย่างยิ่งในการสร้างองค์ความรู้และการร่วมกันพิทักษ์ปกป้องทรัพยากรธรรมชาติบนเกาะช้างอย่างมีส่วนร่วม เพราะถ้าไม่ส่งเสริมความรู้ให้ประชาชน ประชาชนจะรู้จักกฎหมายในฐานะเป็นจำเลยแล้วเท่านั้น ไม่สร้างความเข้มแข็งกับภาคประชาชนเลย และจากการพูดคุยกับภาคประชาชน ไม่มีการเผยแพร่ความรู่ทางกฎหมายให้ประชาชนทราบเลยไม่ว่าจะเป็นกฎหมายชาวบ้าน หรือกฎหมายที่ควรจะรู้เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชน และที่สำคัญการเผยแพร่กฎหมายนี้ต้องไม่ใช่เพียงแค่จัดพิมพ์แล้วแจกเท่านั้น เพราะภาษากฎหมายเป็นภาษาที่มีความเฉพาะ ต้องมีการอธิบายความอย่างเป็นขั้นเป็นตอนจึงจะสร้างองค์ความรู้อย่างแท้จริง

3. การประสานงานกับหน่วยงานสนับสนุนด้านกองทุนสิ่งแวดล้อม

กฎหมายส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ เปิดโอกาสให้ราชการส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชน กู้เงินกองทุนสิ่งแวดล้อมเพื่อมาดำเนินการส่งเสริมและรักษาสิ่งแวดล้อมได้ ซึ่งควรมีเจ้าภาพหลักในการเข้าไปเจรจาขอทราบขั้นตอนและความรู้ในการเขียนโครงการต่างๆ เพื่อขอใช้เงินกองทุนสิ่งแวดล้อมมาสร้างความสามารถในการปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อเตรียมตัวเข้าสู่มาตรการทางกฎหมายที่เข้มงวดขึ้น โดยไม่ส่งผลกระทบให้เป็นภาระทั้งต่อผู้ประกอบการและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อในที่สุดจะเป็นความยั่งยืนร่วมกัน

บรรณานุกรม

กิ่งอำเภอเกาะช้าง. (2538). **รายงานสรุปกิ่งอำเภอเกาะช้าง ปี พ.ศ. 2538.** ตราด : ตราดการพิมพ์.

_____. (2540). **รายงานประชากรกิ่งอำเภอเกาะช้าง.** ตราด : ตราดการพิมพ์.

_____. (2541). **รายงานประชากรกิ่งอำเภอเกาะช้าง.** ตราด : ตราดการพิมพ์

ธาณี อิสิชัยกุล. (2546). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว.** เอกสารการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย หน่วยที่ 1-8 (พิมพ์ครั้งที่ 2). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

บุญฤทธิ์ ไตรสุธรรมพร. (2546). **Compact Guide เกาะช้างและหมู่เกาะแห่งทะเลใต้.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ พี เอส พี

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (2546). กรุงเทพมหานคร : นานมีบุคส์พับลิเคชั่นส์

ยุทธ ศักดิ์เดชยนต์. (2528). **กฎหมายกับสังคม.** เอกสารการสอนชุดวิชากฎหมายกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม หน่วยที่ 1-7 (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สารมวลชน

วรรณา วงษ์วานิช. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 2).** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วรเจตน์ ภาคีรัตน์. (2549). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายปกครอง (พิมพ์ครั้งที่ 3).** กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์วิญญูชน

วิษณุ เครืองาม. (2528). **กฎหมายกับสภาพบังคับ.** เอกสารการสอนชุดวิชากฎหมายกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม หน่วยที่ 1-7 (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : สารมวลชน

สุปัน พูลพัฒน์. (2532). **คำอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ว่าด้วย ยืม ฝากทรัพย์เก็บของในคลังสินค้า ประนีประนอมยอมความ การพนันและขันต่อ(พิมพ์ครั้งที่ 4).** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แสวงสุทธิการพิมพ์

ข้อบังคับองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง การกำจัดสิ่งปฏิกูลและมูลฝอย พ.ศ. 2542

ข้อบังคับองค์การบริหารส่วนส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง การควบคุมการขุดดินและถมดิน พ.ศ. 2548

ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง การควบคุมกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ พ.ศ. 2547

ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง การติดตั้งบ่อดักไขมันบำบัดน้ำเสียในอาคาร พ.ศ. 2549

ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง พ.ศ.2548

ข้อบัญญัติองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้าง เรื่อง ตลาด สถานที่จำหน่ายอาหารและสถานที่สะสมอาหาร พ.ศ. 2547

ข้อบังคับองค์การบริหารส่วนส่วนตำบลเกาะช้างใต้ เรื่อง การควบคุมการขุดดินและถมดิน พ.ศ.2548

ประกาศกรมป่าไม้ เรื่อง งดการอนุญาตให้จัดกิจกรรมบางประเภทในอุทยานแห่งชาติ ลงวันที่ 5 พฤศจิกายน 2540

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์

ประมวลกฎหมายที่ดิน

พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์กรมหาชน) พ.ศ.2546

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522

พระราชบัญญัติการประมง พ.ศ.2490

พระราชบัญญัติการสาธารณะสุข พ.ศ.2535

พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรแกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2540

พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ.2522

พระราชบัญญัติที่ราชพัสดุ พ.ศ.2518

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535

พระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535

พระราชบัญญัติโรมแรม พ.ศ.2547
พระราชบัญญัติลักษณะปกครองท้องที่ พ.ศ.2457
พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535
พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2509
พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537
พระราชบัญญัติสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2544
พระราชบัญญัติสัตว์พาหนะ พ.ศ.2482
พระราชบัญญัติให้ใช้ประมวลกฎหมายที่ดิน พ.ศ.2497
พระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ.2540
พระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542
พระราชบัญญัติอุทยานแห่งชาติ พ.ศ.2504

จักรกฤษ สลักเพชร. (2550, 23 กรกฎาคม). นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะช้างใต้. สัมภาษณ์
ณฤพล บุญชื่น. (2550, 20 กรกฎาคม). เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 8 ว, สำนักงานปลัด กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. สัมภาษณ์
นวรัตน์ ศรีประสงค์, นาวาเอก. (2549, 20 ธันวาคม). กองทัพเรือ. สัมภาษณ์
นิ เกิดชัย. (2550, 22 กรกฎาคม). ประธานคณะกรรมการระดับหมู่บ้าน หมู่ 4 ตำบลเกาะช้างใต้. สัมภาษณ์
นิคม ประจิตร์. (2550,17 กรกฎาคม). สมาชิกชมรมนำเที่ยวพื้นบ้านสลักคอก. สัมภาษณ์
บรรหาร กออนันตกูล, พลอากาศตรี นายแพทย์. (2550,19 กรกฎาคม).องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. สัมภาษณ์
ไม่ประสงค์ออกนาม.(2550, 16 กรกฎาคม). นักท่องเที่ยว, คลองพร้าวรีสอร์ท. สัมภาษณ์
ไม่ประสงค์ออกนาม.(2550, 27 กรกฎาคม). นักท่องเที่ยว, ท่าเรืออ่าวธรรรมชาติ. สัมภาษณ์
ไม่ประสงค์ออกนาม.(2550, 17 กรกฎาคม). นักท่องเที่ยว, หาดไก่แบ้. สัมภาษณ์
ระพี ผ่องบุพกิจ. (2550, 27 กรกฎาคม). รองผู้ว่าราชการจังหวัดตราด. สัมภาษณ์
ราชันย์ ภู่ทนิน. (2550,17 กรกฎาคม). ผู้จัดการชมรมนำเที่ยวพื้นบ้านสลักคอก. สัมภาษณ์
ราเชนทร์ ชอบรส. (2550, 27 กรกฎาคม). กิจการรับเหมาเดินสายไฟ บนเกาะช้าง. สัมภาษณ์
วันทวี บุญญเศรษฐ์. (2550, 15 มกราคม). ธนารักษ์จังหวัดตราด. สัมภาษณ์
วินัย กาวิชัย. (2550,16 กรกฎาคม). กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด อัย-โวยาจเจอร์ แทรเวล แอนด์ เซอร์วิสส์ . สัมภาษณ์
วิไลรัตน์ อักษรพันธ์.(2550, 8 มกราคม) เจ้าหน้าที่จัดผลประโยชน์ 7. สัมภาษณ์
วีระ เจริญลิ้มประเสริฐ. (2550, 27 กรกฎาคม). ขนส่งจังหวัดตราด. สัมภาษณ์
ศักดิ์ประเสริฐ เจริญประสิทธิ์. (2550, 23 กรกฎาคม). ปลัดอำเภอผู้เป็นหัวหน้ากิ่งอำเภอเกาะช้าง. สัมภาษณ์
ศักดา สัมมา. (2550, 27 กรกฎาคม). นักท่องเที่ยว, แหลมงอบ, เคยทำงานที่ช้างปาร์ครีสอร์ท. สัมภาษณ์

สมชาย ธรรมนาวรรณ. (2550, 27 กรกฎาคม). นายช่างรังวัด 5, สำนักงานที่ดินจังหวัดตราดส่วนแยกแหลมงอบ. สัมภาษณ์

สมชาย ศิริสมฤทัย. (2550, 20 กรกฎาคม). เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน 8 ทำหน้าที่ผู้อำนวยการสำนักแก้ไขปัญหาการบุกรุกที่ดินของรัฐ, สำนักงานปลัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. สัมภาษณ์

สว่าง กรัญญิรัตน์. (2550, 22 กรกฎาคม). แสงสว่างการท่องเที่ยว. สัมภาษณ์

สันติ ขุนสนธิ. (2550,17 กรกฎาคม). คณะกรรมการประชาคมหมู่บ้านเจ๊กแบ้สายการท่องเที่ยว. สัมภาษณ์

สัมพันธ์ จันเดิม. (2550,16 กรกฎาคม). กรรมการผู้จัดการ สบายกรุ๊ป. สัมภาษณ์

สุชาติ สุขสวัสดิ์. (2550, 27 กรกฎาคม). นักท่องเที่ยว, แหลมงอบ. สัมภาษณ์

แหลมทอง มโนรัศมี. (2550,17 กรกฎาคม). หัวหน้าฝ่ายบริหารงานปกครอง(ปลัดอาวุโส). สัมภาษณ์

โครงการศักยภาพด้านการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศของภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด

The Foreign Language Learning Potentials of Sectors Concerning with Organizing Sustainable Nature-Based Tourism Activities in Ko Chang Area, Ko Chang Sub-District, Trat Province

นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์ ปิยากร หวังมหาพร
กมลทิพย์ ศรีหาเศษ
มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Nipawan Phuthasongkran, Piyakorn Whangmahaporn,
Kamontip Srihaset
Sripatum University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศขั้นพื้นฐานของภาคีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด 2) ประเมินศักยภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคี ในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด 3)ประเมินประสิทธิภาพการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด จากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ 4)เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทาง การพัฒนาการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการศึกษา ซึ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบทดสอบ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดย การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานสำหรับการศึกษาเชิงปริมาณ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศขั้นพื้นฐานกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของกลุ่มภาคีโดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยศักยภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศในการกล่าวขอบคุณและขอโทษสูงที่สุด รองลงมาคือ การทักทาย และการขอให้พูดซ้ำ พูดช้าๆ จะพูดอย่างไร ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคี ในการให้ข้อมูล

ที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของภาคีโดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง

3. ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคีจากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าโดยภาพรวมนั้นฝ่ายภาครัฐมีประสิทธิภาพการใช้ภาษาต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ฝ่ายภาคเอกชนอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ส่วนฝ่ายภาคประชาชนอยู่ในระดับปานกลาง

4. ผลการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคีพบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการพูดและการฟัง โดยกลุ่มภาคีส่วนใหญ่เห็นว่า วิธีการได้รับการช่วยเหลือทางด้านการใช้ภาษาต่างประเทศติดต่อกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือการเรียนรู้จากสื่อด้วยตนเองมากที่สุด ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับการเข้ารับการอบรมโดยหน่วยงานภาครัฐ/เอกชนซึ่งควรจัดอบรมในช่วงหมดฤดูกาลท่องเที่ยวในหัวข้อที่ตรงกับงานบริการของภาคี

Abstract

The purposes of this research were to (1) assess the potentials for learning and using basic level foreign languages of sectors concerning with organizing sustainable nature-based tourism activities in Ko Chang area, Trad province; (2) assess the potentials for learning and using foreign languages in providing information on sustainable nature-based tourism activities in Ko chang area, Trad province; (3) assess the efficiency of foreign languages usage of sectors concerning with organizing sustainable nature-based tourism activities in Ko Chang area, Trad province from the view point of foreign tourists; and (4) study problems, obstacles, and guidelines for development of learning and using foreign languages of sectors concerning with organizing sustainable nature-based tourism activities in Ko Chang area, Trad province. Both the quantitative and qualitative methodologies were employed in this research. The research population comprised two groups, namely, the group of people in the sectors concerning with organizing sustainable nature-based tourism activities, and the group of foreign tourists who came to visit Ko Chang, Trad province. Data were collected with the use of a test, a questionnaire, and a semi-structured interview form. Quantitative data were analyzed with the use of basic statistics; while qualitative data, the content analysis to formulate inductive conclusions.

Research findings were as follows:

1. Results of the assessment of potentials for learning and using basic level foreign languages of the sectors indicated that the overall potentials were at the high level, with the potential for learning and using foreign languages in saying thanks and excuses being highest, followed by greetings, asking for repeating of sayings, for speaking more slowly, and for rephrasing, respectively.

2. Results of the assessment of potentials for learning and using foreign languages in providing information on sustainable nature-based tourism activities to foreign tourists of the sectors indicated that the overall potentials were at the moderate level

3. Results of the assessment of efficiency of foreign languages usage of the sectors indicated that the overall efficiency of foreign languages usage of the state sector was at the moderate level; while that of the private sector was at the moderate to high level, and that of the people sector was also at the moderate level.

4. Results of the study of problems, obstacles, and guidelines for development of

learning and using foreign languages of the sectors indicated that the majority of people in the sectors had problems in speaking and listening; while the most frequently employed method for development of learning and using foreign languages in communicating with foreign tourists was self-learning from the media which was used by people in comparable number to those who attended the training by the state and private sectors. The training sessions should be held during the off-season for tourism in the area. The training topics should be relevant to the services of the sectors.

บทนำ

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล และการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551 มีเป้าประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ที่สามารถกระจายรายได้ และโอกาสพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง และมีวิสัยทัศน์ ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียภายในปี 2551 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548)

เกาะช้าง เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกหนึ่ง ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางท่องเที่ยว ภาษาจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการสื่อสารการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย หากภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีทักษะการใช้ภาษาอังกฤษดี สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็จะช่วยยกระดับคุณภาพการบริการด้านการท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รับความสะดวกจากการติดต่อกับภาคีและก่อให้เกิดความพึงพอใจจากการเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้นมากยิ่งขึ้น และจากยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่ได้กล่าวข้างต้นนั้น

คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาศักยภาพ และประสิทธิภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศ ซึ่งในที่นี้หมายถึง ภาษาอังกฤษ โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อ 1) ประเมินศักยภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศขั้นพื้นฐานของภาคีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด 2) ประเมินศักยภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคี ในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด 3) ประเมินประสิทธิภาพการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด จากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ 4) ศึกษาปัญหาอุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคี ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สมรรถนะหรือความสามารถ หมายถึง ความรู้ ทักษะ/ความสามารถ และ คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของบุคคลซึ่งจำเป็นต้องมีในการปฏิบัติงานตำแหน่งหนึ่งๆ ให้ประสบความสำเร็จ

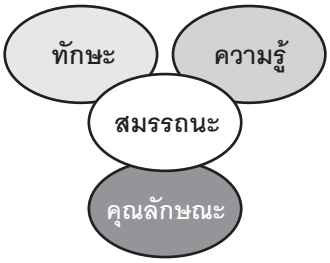
องค์ประกอบ

ความสามารถมีองค์ประกอบสำคัญอยู่สามส่วนคือ ส่วนที่เป็นทักษะ ส่วนที่เป็นความรู้ และส่วนที่เป็นคุณลักษณะ โดยแต่ละส่วนมีรายละเอียดดังนี้ (กรมการแพทย์, 2550)

- ทักษะ (Skill) ความสามารถหรือความชำนาญในการปฏิบัติงานทั้งด้านการใช้อวัยวะของร่างกาย และการใช้ทักษะการคิดทางสมอง

- ความรู้ (Knowledge) ข้อมูล หรือเนื้อหาเฉพาะของวิชาชีพ **"บุคคลต้องมีความรู้อะไรบ้าง"** จึงจะปฏิบัติงานได้ประสบความสำเร็จ

- คุณลักษณะ (Attributes) องค์ประกอบด้านคุณลักษณะจะประกอบด้วย แรงจูงใจซึ่งหมายถึง สิ่งต่างๆ ที่เป็นแรงขับให้บุคคลกระทำพฤติกรรม อุปนิสัย หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่มีการตอบสนองต่อข้อมูล หรือสถานการณ์ต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และอัตมโนทัศน์ ซึ่งหมายถึงทัศนคติ ค่านิยม หรือจินตภาพส่วนบุคคลนั่นเอง



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของความสามารถ

ความสามารถจึงเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่นำมาเป็นพื้นฐานจัดทำระบบหรือ วางแนวทางในการพัฒนา ทรัพยากรบุคคลขององค์กรให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายในการดำเนินงานขององค์กร และนำมาใช้กับการบริหาร ทรัพยากรบุคคลเพื่อให้มีประสิทธิภาพ (กรมการแพทย์, 2550)

สำหรับการวิจัยภายใต้โครงการศักยภาพด้านการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ของภาคีที่เกี่ยวข้องกับ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการใช้ภาษาต่างประเทศของภาคี และการกระตุ้นให้ภาคีตื่นตัวในการศึกษาภาษาต่างประเทศ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อันจะนำไปสู่ประโยชน์ทางเศรษฐกิจของพื้นที่เกาะช้างและบรรลุเป้าหมายยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดตราด

การเรียนรู้ภาษาที่สอง

แนวคิดพื้นฐานพร้อมกับแนวคิดเห็นของนักภาษาศาสตร์ เห็นว่าความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารนั้น เป็นความสามารถหรือความเข้าใจภาษาในการสื่อความหมายและที่สำคัญคือ ความเข้าใจกฎเกณฑ์ของสังคมวัฒนธรรม และสามารถนำประโยคต่างๆ ไปใช้ในการสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม

ทั้งนี้ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของความสามารถในการสื่อสารของผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า ความสามารถในการสื่อสารจะต้องประกอบด้วยความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับไวยากรณ์ เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างประโยค และการใช้กลวิธีเพื่อการสื่อสาร นอกจากนี้จะต้องมีความสามารถที่จะใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสม และเป็นที่ยอมรับในสังคม

ทฤษฎีเกี่ยวกับการเรียนรู้ภาษาที่สอง

นักวิชาการที่ศึกษาทฤษฎีการเรียนรู้ภาษาที่สองที่สำคัญ ได้แก่ Krashen Krashen มีสมมติฐานเกี่ยวกับการเรียนรู้ภาษาที่สองอยู่ 5 สมมติฐาน ตามทฤษฎีของ Bialystok ซึ่งLarsen-Freeman (อ้างในสุภาณี ชินวงศ์ 2543 : 30-31) ได้สรุปลักษณะสำคัญเกี่ยวกับการเรียนรู้ภาษาที่สอง คือ การเรียนรู้ภาษานั้นเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน ผู้เรียนจะมีวิธีการเรียนรู้ที่ต่างกัน ดังนั้นครูผู้สอนต้องรู้จักปรับวิธีการสอนให้เหมาะกับนักเรียนของตน และกระบวนการเรียนรู้จะดำเนินไปอย่างช้าๆ ไม่ตรงไปตรงมาและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ครูผู้สอนควรจะรู้ว่าวิธีการแบบใดเหมาะกับผู้เรียนระดับใด และไม่ควรคาดหวังว่าผู้เรียนจะเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว อีก

ประการหนึ่งคือ ผู้เรียนมักจะนำความรู้ที่เรียนมาก่อนมาประยุกต์ใช้กับสถานการณ์ใหม่ ในกรณีของการเรียนภาษาที่สอง ผู้เรียนมักจะนำความรู้ในภาษาแม่มาใช้กับภาษาที่สอง ซึ่งอาจจะเกิดข้อผิดพลาดขึ้นได้และประการสุดท้าย สำหรับผู้เรียนที่เป็นผู้ใหญ่นั้น การจะเรียนรู้ภาษาที่สองให้ได้เหมือนเจ้าของภาษานั้น เป็นสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ โดยเฉพาะในด้านการออกเสียง เนื่องจากข้อจำกัดด้านกายภาพ ดังนั้นสิ่งที่ครูผู้สอนทำได้คือ ส่งเสริมให้ผู้เรียนเรียนให้ดีที่สุดเท่าที่ความสามารถของแต่ละคนจะทำได้

การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น ภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติที่จะรองรับได้ และตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งประชาชนทุกส่วนต้องได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคกัน รวมถึงมีการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ยังสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศของท้องถิ่นนั้นไว้ได้

ส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบ คือ พื้นที่ที่ใช้ประกอบกิจการท่องเที่ยวนั่นเอง ลูกค้า สินค้า การขนส่ง กิจกรรมทางการท่องเที่ยวล้วนเป็นอุตสาหกรรมบริการประเภทหนึ่ง มีธุรกิจที่เข้ามาเกี่ยวข้อง 2 ประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญต่อเศรษฐกิจสังคมของประเทศ

ซึ่งจากการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่อง **"**โครงการศักยภาพด้านการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศของภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด" สามารถสรุปผลที่ได้จากการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องได้ว่า ความสามารถ หมายถึง ความรู้ ทักษะ/ความสามารถ และ คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมของบุคคลซึ่งจำเป็นต้องมีในการปฏิบัติงานตำแหน่งหนึ่งๆ ให้ประสบความสำเร็จ ความสามารถประกอบด้วยความสามารถหลัก (Core Competency)และความสามารถตามสายวิชาชีพ (Functional Competency) การพิจารณาความสามารถของภาคีการท่องเที่ยวพิจารณาจากการใช้ภาษาที่สอง ด้านการฟัง การพูด การอ่าน และการเขียน เพื่อประเมินความสามารถในการใช้ภาษาอันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้มาเยือน และเป็นการปรับปรุงคุณภาพชีวิต โดยความร่วมมือของหลายๆ ฝ่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในการศึกษา ซึ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ เกาะช้าง จังหวัดตราด เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบทดสอบ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานสำหรับการศึกษาเชิงปริมาณ และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปแบบอุปนัยสำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาครั้งนี้ สรุปการวิจัยได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลกลุ่มภาคี

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มภาคี

จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ มีจำนวน 131 คน สังกัดฝ่ายภาครัฐ ร้อยละ 12.98 ภาคเอกชน ร้อยละ 25.19 และภาคประชาชน ร้อยละ 61.83 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 25–34 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า

1.2 ศักยภาพด้านการใช้ภาษาอังกฤษของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มภาคี

1) การใช้ภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในงาน / ธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามฝ่ายของกลุ่มภาคี พบว่า ภาครัฐใช้ภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในงาน/ธุรกิจเป็นประจำทำนองเดียวกับภาคเอกชน แต่ในภาคประชาชน พบว่าส่วนใหญ่ไม่ค่อยได้ใช้ภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในงาน/ธุรกิจ

2) ปัญหาในการสื่อความหมายกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีปัญหาการสื่อสารหรือการสื่อความหมายทางภาษา ทั้งด้านการฟัง และการสนทนากันไม่เข้าใจ

3) ความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศโดยทั่วไปความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้

ความสามารถในการสนทนาภาษาต่างประเทศ โดยภาพรวม พบว่า ความสามารถในการสนทนาโดยใช้ภาษาต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลุ่มภาคีมีระดับความสามารถในการสนทนาโดยใช้ภาษาต่างประเทศในการกล่าวขอบคุณและขอโทษสูงที่สุด

4) ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในงานเฉพาะทางภาครัฐส่วนใหญ่สามารถใช้ภาษาแนะนำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในงานของตนได้ในระดับปานกลางหรือพอใช้ แต่ไม่ค่อยละเอียดนัก ส่วนภาคเอกชนส่วนใหญ่สามารถใช้ภาษาแนะนำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในงานของตนได้ในระดับพอใช้ถึงใช้ได้ดี โดยสามารถแนะนำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้รู้เรื่อง เนื่องจากใช้เป็นประจำจนเคยชินทุกวัน แต่ภาคประชาชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยถนัดในการใช้ภาษาแนะนำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในงานของตน เนื่องจากไม่ค่อยได้ใช้ภาษาเพราะส่วนมากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีไกด์แนะนำอยู่แล้ว

5) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความช่วยเหลือที่ต้องการภาคีต้องการเพิ่มทักษะการพูดและการฟัง เพื่อใช้ในการการสนทนาทั่วไป โดยกลุ่มภาคีส่วนใหญ่เห็นว่า วิธีการได้รับการช่วยเหลือทางด้านการใช้ภาษาต่างประเทศติดต่อกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือการเรียนรู้จากสื่อด้วยตนเองมากที่สุด

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

21. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้มีจำนวน 366 คน โดยส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี สูงที่สุด ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นแบบ 1-2 คน มากที่สุด ทั้งนี้ส่วนใหญ่ไม่เคยมาเที่ยวเกาะช้างมาก่อน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่าง

ชาติที่เคยมาเที่ยวเกาะช้างส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวคนเดียวมากที่สุด

2.2 ประสิทธิภาพการใช้ภาษาต่างประเทศของกลุ่มภาคีในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

1) การใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกับภาคี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยวเกาะช้างส่วนใหญ่ติดต่อสื่อสารกับภาคีฝ่ายภาคประชาชนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่เป็นการสอบถามข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยว/ความช่วยเหลือ รองลงมาคือ การสื่อสาร/สนทนาทั่วไป และ การทักทายทั่วไป ตามลำดับ ส่วนฝ่ายของภาคีที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติติดต่อสื่อสารรองลงมาคือ ภาคเอกชน และภาครัฐตามลำดับ

2) ประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารของภาคีในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษ ในการติดต่อสื่อสารของภาคี ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติฝ่ายภาครัฐนั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารสูง ส่วนภาคเอกชนนั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าผู้ประกอบการนำเที่ยวมีประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารสูงที่สุด ขณะที่ภาคประชาชนนั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าประชาชนที่อาศัยอยู่ในเกาะช้าง มีประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารสูงกว่าผู้นำชุมชนเกาะช้าง จังหวัดตราด ซึ่งเมื่อสอบถามปัญหาด้านการสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษกับภาคี พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ประสบปัญหาความเข้าใจภาษาในการสื่อสารระหว่างกันทั้งสองฝ่าย

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคีที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง จังหวัดตราด

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการสื่อสารกับภาคี โดยเฉพาะกับภาคประชาชนซึ่งนับเป็นอุปสรรคสำคัญในการทำความเข้าใจภาษาในการสื่อสารระหว่างกันทั้งสองฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่เคยมาเที่ยวบนเกาะช้างมาก่อน

แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เคยมาเที่ยวเกาะช้างแล้ว พบว่าแม้จะมีปัญหาด้านการสื่อสารแต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มนี้คิดว่าไม่มีปัญหาเนื่องจากสามารถใช้ประสบการณ์ในการแก้ปัญหาได้

ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการสื่อสารที่พนักงานของภาคีไม่เข้าใจสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกำลังสื่อสาร

ระดับความพึงพอใจในทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เมื่อพิจารณาโดยภาพรวมพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้านการพูดอยู่ในระดับยังไม่พอใจมากที่สุด ด้านการฟังอยู่ในระดับยังไม่พอใจมากที่สุด ด้านการอ่านอยู่ในระดับยังไม่พอใจมากที่สุด และด้านการเขียนอยู่ในระดับยังไม่พอใจมากที่สุด

โดยส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าทักษะการสื่อสารไม่ค่อยพอใจเนื่องจากเรียนมาน้อย และไม่ค่อยได้ใช้ ส่วนภาครัฐและภาคเอกชนนั้นส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่าปัญหาการสื่อสารส่วน

ใหญ่เกิดจากความไม่คุ้นเคยและขาดประสบการณ์ด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ต้องการได้รับการพัฒนาและส่งเสริม

โดยภาพรวมพบว่าทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ภาคีต้องการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมมากที่สุดคือทักษะด้านการพูด โดยภาคีให้เหตุผลว่าต้องการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อให้สามารถนำมาใช้ในงานหรือติดต่อสื่อสารกับชาวต่างชาติได้ ซึ่งหัวข้อที่ภาคีต้องการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมมากที่สุดในส่วนของภาคประชาชนคือหัวข้อเกี่ยวกับการสอบถามข้อมูลทั่วไป ทั้งนี้ในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน พบว่าต้องการหัวข้อที่เกี่ยวกับงานที่ทำอยู่เพื่อสามารถนำไปใช้ได้จริง

ส่วนช่วงระยะเวลาที่ต้องการให้จัดนั้น สรุปได้ว่าภาครัฐต้องการให้จัดเป็นประจำและสม่ำเสมอ โดยจัดช่วงใดก็ได้ แต่ภาคเอกชนต้องการให้จัดช่วงหมดฤดูกาลท่องเที่ยว โดยจัดครั้งละประมาณ 1–2 วัน ระหว่างเดือนพฤษภาคม – กันยายน ส่วนภาคประชาชนคิดว่าจัดช่วงใดก็ได้

เมื่อสอบถามภาคีเกี่ยวกับหน่วยงานที่ต้องการให้เป็นผู้รับผิดชอบในการจัด ภาคีเห็นว่าไม่จำกัดว่าเป็นหน่วยงานใด แต่ต้องให้ตรงกับงานหรือหัวข้อที่ต้องการเท่านั้น โดยภาคเอกชนเห็นว่า ควรมีการฝึกอบรมทักษะภาษาต่างประเทศให้ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่พนักงาน ในพื้นที่ให้มากขึ้น โดยอยากจะให้ภาครัฐ ภาคเอกชน จัดการเรียนการสอนภาษาต่างประเทศ ให้กับบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถให้มากขึ้นและเก่งขึ้น ในรูปแบบของการจัดอบรมฟรี ให้ตรงกับสายงานเฉพาะงานที่ทำ โดยเป็นการอบรมสั้นๆ ใช้เวลาน้อยที่สุด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยที่นำเสนอข้างต้นนั้น สรุปประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. ความสามารถในการสนทนาภาษาต่างประเทศซึ่งในการพิจารณาโดยภาพรวม พบว่าความสามารถในการสนทนาโดยใช้ภาษาต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอยู่ในระดับมาก ส่วนความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษในงานเฉพาะทาง โดยภาคประชาชนไม่ค่อยถนัดในการใช้ภาษาแนะนำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในงานของตน เนื่องจากไม่ค่อยได้ใช้ภาษา ส่วนภาครัฐและภาคเอกชน ส่วนใหญ่สามารถใช้ภาษาแนะนำนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในงานของตนได้ในระดับพอใช้ถึงใช้ได้ดี ซึ่งการที่ความสามารถในการสนทนาภาษาอังกฤษของภาคประชาชนอยู่ในระดับค่อนข้างต่ำนั้น อาจเป็นสาเหตุจากระดับการศึกษาและหน้าที่การทำงานที่ไม่ต้องใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ขาดทักษะและการฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hymes (1979) Canale และ Swain (1979)

2. ประสิทธิภาพการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารของภาคีในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งปัญหาด้านการสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษกับภาคี พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ประสบปัญหาความเข้าใจภาษาในการสื่อสารระหว่างกันทั้งสองฝ่าย เนื่องจากภาคีและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีพื้นฐานภาษาและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน จึงส่งผลให้พื้นฐานความคิดในการสื่อสารไม่ตรงกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Hymes (1979)

3. ภาคีภาคประชาชนไม่ค่อยถนัดในการใช้ภาษาอังกฤษแนะนำนักท่องเที่ยวในงานของตน เนื่องจากไม่ค่อยได้ใช้ภาษาอังกฤษ ซึ่งภาคีภาคประชาชนส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ด้านการใช้

ภาษาอังกฤษตามหลักไวยากรณ์ จึงไม่มั่นใจในการสื่อสาร แต่ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น เห็นว่าประสิทธิภาพของการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารของภาคีภาคประชาชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสื่อสารกับภาคีภาคประชาชนเพื่อสอบถามข้อมูลทั่วไป เช่น การถามทาง การสอบถามชื่อสถานที่ เป็นต้น ซึ่งในการสื่อสารนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเพียงข้อมูลที่สงสัยหรือต้องการทราบ โดยไม่ได้คำนึงถึงการสื่อสารให้ถูกหลักไวยากรณ์ของภาษา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ศิริกาญจน์ ศรีเคลือบ (2550) ที่กล่าวว่า การใช้กลวิธีในการสื่อความหมาย คือ มีความรู้เกี่ยวกับการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ การใช้กิริยา ท่าทาง สีหน้า และน้ำเสียงประกอบในการสื่อความหมาย กลวิธีนี้อาจแสดงออกทางคำพูดหรือไม่ใช้คำพูดก็ได้ เช่น คิดศัพท์อื่นแทนแสดงกิริยาท่าทางเพื่ออธิบายให้เข้าใจ การยิ้มทักทายกับคนแปลกหน้าในสังคม

4. โดยภาพรวมพบว่าทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่ภาคีต้องการได้รับการพัฒนาและส่งเสริมมากที่สุดคือทักษะด้านการพูด โดยต้องการหัวข้อที่เกี่ยวกับงานที่ทำอยู่เพื่อสามารถนำไปใช้ได้จริง โดยภาคีเห็นว่าไม่จำกัดว่าเป็นหน่วยงานใดที่ต้องรับผิดชอบ อาจเป็นสาเหตุจากการที่ภาคี มุ่งจะพัฒนาตนเองให้สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ และตอบสนองความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้เท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอมรา แสงจันทมณี (2524)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรส่งเสริมให้ภาคีได้รับการอบรมเกี่ยวกับการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร โดยแบ่งการอบรมตามกลุ่มของภาคี และควรจำแนกตามพื้นฐานของภาคี เนื่องจากภาคีแต่ละฝ่ายมีความมุ่งหวังที่จะได้รับการอบรมในหัวข้อ และระดับที่แตกต่างกัน โดยในภาคประชาชนนั้น หัวข้อที่ต้องการได้รับการอบรมเป็นหัวข้อเกี่ยวกับการสนทนาในระดับพื้นฐานทั่วไป มากกว่าจะมุ่งพัฒนาเพื่อนำไปใช้ในงานหรือธุรกิจของตนเช่นฝ่ายภาครัฐและภาคเอกชน

2. ควรจัดหาครูสอนภาษาอังกฤษที่เข้าใจพื้นฐานของภาคี ทั้งนี้การสอนหรืออบรมควรจัดทำบ่อยๆ อย่างต่อเนื่อง และควรเน้นการอบรมเชิงปฏิบัติเพื่อการนำไปใช้ มากกว่าเน้นการอบรมเชิงทฤษฎีหรือไวยากรณ์ โดยเฉพาะภาคีภาคเอกชนต้องการได้รับการอบรมเพื่อใช้ในสายงานของตนเท่านั้น

3. ผู้ประกอบการควรส่งเสริมให้บุคลากรหรือพนักงานศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมและพัฒนาภาษาอังกฤษโดยการเรียนรู้ด้วยตนเองร่วมกับการจัดอบรมภาษาอังกฤษโดยสถานประกอบการเป็นผู้ดำเนินการเอง เพื่อให้บุคลากรหรือพนักงานได้รับการพัฒนาภาษาอังกฤษตรงกับสายงานของตนเองมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ หน่วยงานที่ทำหน้าที่สอนหรือจัดอบรมภาษาอังกฤษควรให้ได้มาตรฐาน เพื่อช่วยให้บุคลากรหรือพนักงานสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

4. การจัดช่วงระยะเวลาการฝึกอบรม ควรจัดเป็นช่วงระยะสั้น แต่เป็นการอบรมที่ส่งเสริมให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถนำไปใช้ในสายงานได้จริง โดยกำหนดรูปแบบการฝึกอบรมให้ผู้เกี่ยวข้องเป็นด้านๆ เช่น ภาษาอังกฤษสำหรับการบริการงานโรงแรม ภาษาอังกฤษสำหรับการบริการด้านการให้ข้อมูลการท่องเที่ยว ภาษาอังกฤษสำหรับการบริการในร้านอาหาร ภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานขับรถสองแถวและแท็กซี่ เป็นต้น

5. ควรฝึกบุคลากรฝ่ายการต้อนรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพนักงานระดับต้น เช่น นักศึกษาที่เพิ่งจบใหม่ให้กล้าพูด/สนทนาภาษาอังกฤษกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

6. กระทรวงศึกษาธิการควรทบทวนและพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนภาษาอังกฤษด้านการพูดและการฟังให้สอดคล้องกับตลาดแรงงานในปัจจุบัน เนื่องจากข้อผิดพลาดในการใช้ภาษาอังกฤษมีมาตั้งแต่เรียนในชั้นเรียนในสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้

1. การประเมินศักยภาพด้านการใช้ภาษาอังกฤษของภาคีผ่านมุมมองนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น ผู้วิจัยต้องเก็บข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นก่อนเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ซึ่งจะช่วยลดความคลาดเคลื่อนในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารได้

2. ในการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินั้น ควรเก็บผ่านผู้ประกอบการเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ต้องการมาพักผ่อนและไม่ต้องการให้ใครรบกวน การเก็บข้อมูลโดยให้ผู้ประกอบการเป็นตัวกลางในการช่วยเก็บรวบรวมนั้นทำให้นักท่องเที่ยวเต็มใจตอบคำถามมากกว่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติคิดว่า เรื่องดังกล่าวนี้เป็นส่วนหนึ่งของการประเมินการให้บริการ

บรรณานุกรม

กรมการแพทย์. (2550). **ความสำคัญและองค์ประกอบของสมรรถนะ.** ค้นเมื่อ 8 มิถุนายน 2550. จาก http://www.dms.moph.go.th/hrm/competency09.html

กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). **สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย ปี 2547.** จุลสารการท่องเที่ยว, ฉบับที่ 2. (เมษายน-มิถุนายน)

ศิริกาญจน์ ศรีเคลือบ. (2550). **ภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร.** ค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2550. จาก http://web.bsru.ac.th/~sirigarn/chapter2.doc

สุภาณี ชินวงศ์. (2543). **การศึกษาความสามารถในการเขียนของนิสิตวิชาภาษาอังกฤษสำหรับสาขาวิทยาศาสตร์.** กรุงเทพฯ : รายงานการวิจัย สถาบันภาษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อมรา แสงจันทมณี. (2524). **"แนวการสอนเพื่อการสื่อความหมาย."** วารสารภาษาปริทัศน์. (มกราคม-พฤษภาคม 2524) : 11-17.

Canale, M., and Swain, M. (1979). **"Communicative Approach to Second Language Teaching."** Review and Evaluation Bulletin. 1: 52 – 58.

Hymes, Dell. (1979). **In the Communicative Approach to Language Teaching.** Edited by.Brumfit, C.J. and Johnson, K. London : Oxford University Press.

รูปแบบ

การเขียนบทความวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

E-Journal of International Thai Tourism

และ

การส่งต้นฉบับ

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย
เลขที่ 31 อาคารพญาไทบิวดิ้ง ห้อง 611
ถนนพญาไท แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพมหานคร 10400
โทรศัพท์ : 02-2481225-6 โทรสาร : 02-2481524
E-mail : abtc@ttresearch.org
Website : www.ttresearch.org

รูปแบบ
วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ
E-Journal of International Thai Tourism

1. ลักษณะของวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติเป็นวารสารที่สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย จัดทำขึ้นเพื่อให้เป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานวิชาการและผลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเปิดรับบทความจากนักวิจัย นักวิชาการและคณาจารย์ที่สังกัดสถาบันการศึกษาต่างๆ ทั่วประเทศ โดยกำหนดเผยแพร่วารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทาง www.ttresearch.org ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ปีละ 3 ฉบับ (ประจำเดือนมกราคม-เมษายน พฤษภาคม-สิงหาคม และกันยายน-ธันวาคม) และในปลายปีจะคัดเลือกบทความเด่นจัดพิมพ์เป็นวารสารวิชาการด้านการท่องเที่ยวประจำปี

2. การจัดตั้งคณะกรรมการพิจารณาบทความ

ในการดำเนินการจัดทำวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาตินั้น สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ได้คำนึงคุณภาพของบทความที่จะเผยแพร่เป็นสำคัญ จึงได้ดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการพิจารณาบทความ (Peer Review) ขึ้น โดยให้สถาบันการศึกษาต่างๆ ทั่วประเทศส่งรายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยว จากนั้นได้ดำเนินการจัดประชุมและแต่งตั้งผู้ที่มีความเหมาะสม ซึ่งบทความที่ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาบทความแล้วนั้น ผู้เขียนสามารถนำไปใช้ขอตำแหน่งทางวิชาการได้

3. ลักษณะของบทความที่เผยแพร่ในวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

3.1 เป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างรอการพิจารณาจากวารสารอื่น

3.2 เป็นบทความวิชาการหรือบทความวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการค้นคว้า การวิจัย การวิเคราะห์วิจารณ์หรือเสนอแนวคิดใหม่ด้านการท่องเที่ยวซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ บทความวิชาการ (Article) และบทความวิจัย (Research Articles)

- *บทความวิชาการ* หมายถึง งานเขียนที่นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ที่น่าสนใจด้านการท่องเที่ยวที่มี การวิเคราะห์ วิจารณ์ประเด็นต่างๆ ตามหลักวิชาการ โดยผู้เขียนสามารถแสดงทัศนะทางวิชาการของตนเองได้อย่างชัดเจน
- *บทความวิจัย* หมายถึง งานเขียนรายงานผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยด้านการท่องเที่ยวที่ได้ทำการศึกษาโดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ด้วยระเบียบวิธีวิจัยที่ถูกต้อง จนได้องค์ความรู้ใหม่

4. การเตรียมต้นฉบับ

4.1 รูปแบบและการจัดพิมพ์

- เขียนบทความด้วยภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ บนกระดาษสีขาว ขนาดมาตรฐาน A4 มีความยาวไม่เกิน 15 หน้า ด้วยโปรแกรม Microsoft Word for Windows ใช้ตัวอักษร Cordia New ขนาด 14
- เว้นระยะห่างจากขอบกระดาษซ้าย 1.5 นิ้ว ด้านขวา 1 นิ้ว เว้นขอบกระดาษด้านบน 1.5 นิ้ว และด้านล่าง 1 นิ้ว ใส่เลขกำกับทุกหน้าที่มุมขวาบน

- ชื่อเรื่องพิมพ์ไว้ตรงกึ่งกลางของหน้ากระดาษด้วยตัวหนาขนาด 16 ชื่อผู้เขียนพิมพ์ไว้ตรงกึ่งกลางของหน้ากระดาษด้วยตัวอักษรธรรมดาขนาด 14 ส่วนหัวข้อหลักอื่นๆ พิมพ์ไว้ตรงกึ่งกลางของหน้ากระดาษด้วยตัวหนาขนาด 14 (ดูตัวอย่างในหน้า 4)

4.2 รายละเอียดของบทความประกอบด้วย

4.2.1 ชื่อเรื่อง มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรเป็นชื่อเรื่องที่สั้น กะทัดรัด ได้ใจความตรงกับเนื้อหา

4.2.2 ชื่อผู้เขียน และสถานที่ทำงานหรือหน่วยงานที่สังกัด

4.2.3 เนื้อหา ควรใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ชัดเจน หากมีคำศัพท์ภาษาอังกฤษควรแปลเป็นภาษาไทยให้มากที่สุด

ในเนื้อหาต้องประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

1. บทคัดย่อภาษาไทยและบทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) โดยจัดทำเป็นร้อยแก้วย่อหน้าเดียว สรุปเนื้อหาสาระสำคัญของบทความมีความยาวไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ ขนาดมาตรฐาน A4 โดยพิมพ์บทคัดย่อภาษาไทยก่อน บทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract)

2. คำนำ กล่าวถึงความจำเป็นและความสำคัญที่ต้องทำการศึกษาวิจัย

3. ส่วนประกอบอื่นๆ ในเนื้อหา

- *บทความวิชาการ* ผู้เขียนสามารถจัดทำรูปแบบการนำเสนอได้ตามความเหมาะสม แต่เนื้อหาต้องนำเสนอองค์ความรู้ใหม่ที่น่าสนใจด้านการท่องเที่ยว ที่มีการวิเคราะห์ วิจารณ์ประเด็นต่างๆ ตามหลักวิชาการ
- *บทความวิจัย* ในเนื้อหาจะต้องประกอบด้วยหัวข้อต่อไปนี้

1. เครื่องมือและวิธีการศึกษา ควรอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัย โดยกล่าวถึงแหล่งที่มาของข้อมูล กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและระเบียบวิธีการทางสถิติ

2. ผลการศึกษา นำเสนอสิ่งที่ได้จากการวิจัย ตามลำดับขั้นตอนในการวิจัย

3. การอภิปรายผล เป็นการเชื่อมโยงผลการศึกษากับแนวคิดทฤษฎีหรืองานวิจัย ต้องสรุปให้ชัดเจนว่าผลงานของตนไปสนับสนุน หรือโต้แย้งกับกับงานวิจัยอื่นเพียงใดอย่างไร

4. สรุปผล เป็นการสรุปผลที่ได้จากการวิจัยรวมถึงข้อเสนอแนะเพื่อประโยชน์ในการนำงานวิจัยไปใช้

4.2.4 บรรณานุกรม เป็นการรวบรวมรายชื่อหนังสือหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นๆ ที่ใช้สำหรับค้นคว้าอ้างอิงประกอบบทความ

5. การเขียนเอกสารอ้างอิง (Reference)

การอ้างอิงในบทความให้ใช้การอ้างอิงระบบนาม-ปี โดยระบุชื่อผู้แต่งตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) ปีที่พิมพ์เอกสาร พร้อมกำกับเลขหน้าที่ในการอ้างอิงเอกสารนั้น ตัวอย่าง (วุฒิชัย จำนงค์, 2523: 3)

6. การเขียนบรรณานุกรม

ใช้ระบบของ APA (American Psychological Association) มีแบบแผนในการเขียน คือให้เรียงเอกสารที่ใช้อ้างอิงทั้งหมดตามลำดับตัวอักษร ตัวแรกของรายการที่อ้างอิง โดยยึดวิธีการเรียงลำดับตามแบบพจนานุกรมและมีรูปแบบการเขียนบรรณานุกรม ดังนี้

6.1 หนังสือ

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อเรื่อง**. (ครั้งที่พิมพ์). สถานที่พิมพ์ : สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา.(2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซด์.

6.2 บทความวารสาร

ชื่อผู้เขียนบทความ. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. **ชื่อวารสาร**, ปีที่ (ฉบับที่), เลขหน้า.

ตัวอย่าง ธวัช โลพันธ์ศรี. (2519). เรื่องเสียงแหบ. **วารสารพยาบาล**, 5(6), 216-226.

6.3 บทความในหนังสือพิมพ์

ผู้เขียนบทความ. (วันที่ เดือน ปี). **ชื่อบทความ**. ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้า.

ตัวอย่าง คึกฤทธิ์ ปราโมช,ม.ร.ว. (12 มกราคม 2537) **ข้าวไกลนา**. สยามรัฐ, หน้า 3.ในกรณีไม่ทราบชื่อผู้เขียนบทความให้ลงรายการดังนี้

ชื่อบทความ. (วันที่ เดือน ปี). ชื่อหนังสือพิมพ์, เลขหน้า.

ริมฝั่งแม่น้ำมูล ความขัดแย้งที่ยังไม่จบสิ้น. (22 พฤษภาคม 2537) มติชน, หน้า 21.

6.4 วิทยานิพนธ์

ผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อวิทยานิพนธ์**. ระดับวิทยานิพนธ์, สาขาวิชา คณะ มหาวิทยาลัย

ตัวอย่าง กนกวรรณ ภิบาลสุข. (2534). **ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายค่าบริการบำบัดน้ำเสียของประชาชนในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

6.5 แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์) **ชื่อบทความ** (ถ้ามี), ชื่อเรื่อง. [ประเภทของแหล่งข้อมูล] แหล่งที่มา: ชื่อแหล่งที่ให้บริการบนอินเตอร์เน็ต. วันเดือนปีที่สืบค้นข้อมูล.

ตัวอย่าง Daniel, R.T. (1995). **The History of Western Music**, In Britannica Online: Macromedia. [Online] Available: http//www.ed.com. DocF=macro/5004/45/0.html. 1995, June 14.

7. การส่งต้นฉบับ

- ส่งต้นฉบับจำนวน 3 ชุด พร้อมซีดีไฟล์ข้อมูล ส่งในนาม **ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย เลขที่ 31 อาคารพญาไทบิวดิ้ง ห้อง 611 ถนนพญาไท แขวงถนนพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพ 10400 หรือ ส่งไฟล์ของบทความมายังไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail)** abtc@ttresearch.org
- พิมพ์ชื่อผู้เขียนพร้อมที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ โทรสารและไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ที่สถาบันฯ สามารถติดต่อกลับผู้เขียนได้สะดวก โดยแนบมากับต้นฉบับบทความด้วย

หมายเหตุ : บทความที่ได้รับการคัดเลือกและเผยแพร่ในวารสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ จะถือว่าเป็นลิขสิทธิ์ของสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผู้เขียนจะต้องลงนามรับรองในแบบฟอร์มมอบลิขสิทธิ์ ของสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งจะส่งให้ผู้เขียนเมื่อคณะกรรมการพิจารณาบทความพิจารณาเห็นชอบให้บทความนั้นเผยแพร่ในเว็บไซต์ www.ttresearch.org แล้ว โดยบทความที่ได้รับการพิจารณาเห็นชอบให้ลงเผยแพร่ในเว็บไซต์นั้นจะถูกรวบรวมจนครบ 30 บทความ เพื่อจัดพิมพ์เป็นหนังสือวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ (Annual of International Thai Tourism Journal) ประจำปี อีกทางหนึ่ง

ระยะห่างจากหัวกระดาษ 1.5 นิ้ว

ตัวอย่างรูปแบบบทความ

พฤติกรรมการบริโภคการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในประเทศไทย

Consuming Behaviors of Sustainable Nature-Based Tourism among Thai and Foreign Tourists in Thailand

พงษ์พันธุ์ พุทธิวิศิษฏ์
มหาวิทยาลัยบูรณาการ

Pongpan Puttivisit
Bhuranakarn University

ระยะห่างจากขอบกระดาษ 1.5 นิ้ว

ระยะห่างจากขอบกระดาษ 1 นิ้ว

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ.....
.....
.....
.....

คำสำคัญ :

Abstract

The Purpose of this research were.....
.....
.....

Keywords :

คำนำ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน...
.....
.....
.....
.....

ระยะห่างจากท้ายกระดาษ 1 นิ้ว

รวมบทความวารสารวิชาการ

ANNUAL OF INTERNATIONAL THAI TOURISM JOURNAL 2007

การท่องเที่ยวไทย นานาชาติ

ปี พ.ศ. 2550

ได้รับการสนับสนุนทุนจัดพิมพ์จาก

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ชั้น 14 อาคาร เอส เอ็ม ทาวเวอร์ เลขที่ 979/17-21 ถนนพหลโยธิน

แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ : 0 2278 8200 (อัตโนมัติ 30 คู่สาย) โทรสาร : 0 2298 0476

E-mail : callcenter@trf.or.th Homepage : http//www.trf.or.th

ISBN 978-974-06-7665-2

ราคา 500 บาท