

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RDG61M0001
โครงการ : การศึกษาโครงการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวไทย เพื่อตลาดการท่องเที่ยวระดับโลก
นักวิจัย : นายปณต ประครองทรัพย์ และคณะ (สมาคมไทยท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ)
Email : tournerngtai@gmail.com
ระยะเวลาโครงการ : 1 ปี (ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2560 – 30 กันยายน 2561)

การศึกษาโครงการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวไทย เพื่อตลาดการท่องเที่ยวระดับโลก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพพื้นที่การท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวไทย 10 พื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อศึกษาการพัฒนาและยกระดับสินค้าการท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวไทย 10 พื้นที่ทั่วประเทศ เพื่อศึกษาการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวไทย ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย 10 ชุมชนใน 4 ภาค ทั่วประเทศไทย ประกอบด้วย 1) ชุมชนตากฟ้า-คลองโยง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 2) ชุมชนบ้านท่าช้าง ตำบลพนาสูง และชุมชนบ้านทะเลน้อย อำเภอกวนสินธุ์ จังหวัดพัทลุง 3) ชุมชนกุ้งกาสิงห์ ทุ่งกุลา อำเภอกะชัง จังหวัดร้อยเอ็ด 4) ชุมชนชีทวน ตำบลชีทวน อำเภอน้ำขุ่น จังหวัดอุบลราชธานี 5) ชุมชนสระใคร อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย 6) ชุมชนนาโสก อำเภอนาโสก จังหวัดมุกดาหาร 7) ชุมชนไฮหย่อง อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร 8) บ้านผาหมอน ดอยอินทนนท์ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ 9) ชุมชนสวรรค์โลก และ 10) ชุมชนบางช้าง อำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การสำรวจพื้นที่ (Field survey) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group discussion) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ผลการศึกษาพบว่า สินค้าการท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวไทย แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) ภูมิทัศน์ จุดชมวิว 2) อุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทย 3) กิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทย แบ่งออกเป็น 3 ประเด็นหลัก คือ (1) การทำนาผลิตข้าว (2) การแปรรูปข้าว และ (3) กิจกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทย ความพร้อมของชุมชนในการส่งเสริมการตลาด สรุปความพร้อมของชุมชนเพื่อด้านการตลาดออกเป็น 3 ระดับ คือ 1) ระดับที่มีความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ได้แก่ชุมชนผาหมอน 2) ระดับที่มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวได้บางกลุ่ม ประกอบด้วย ชุมชนสวรรค์โลก จังหวัดสุโขทัย ชุมชนไฮหย่อง จังหวัดสกลนคร และชุมชนบ้านท่าช้าง จังหวัดพัทลุง 3) ระดับที่มีความพร้อมในการรองรับกลุ่มศึกษาดูงาน ประกอบด้วย ชุมชนบางช้าง จังหวัดสุโขทัย คลองโยง จังหวัดนครปฐม สระใคร จังหวัดหนองคาย นาโสก จังหวัดมุกดาหาร กุ้งกาสิงห์ จังหวัดร้อยเอ็ด และชุมชนชีทวน จังหวัดอุบลราชธานี โปรแกรมการท่องเที่ยววิถีชีวิตชาวไทยของชุมชน แต่ชุมชนได้ออกแบบรายการนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทย เพื่อนำไปเสนอขายในงาน World Travel Market 2018 ที่กรุงลอนดอน จำนวน 8 โปรแกรม ซึ่งโปรแกรมของชุมชนสวรรค์โลก ได้มีการซื้อขายเกิดขึ้นจริงในการเข้าร่วมงานดังกล่าว การเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว พบว่า กระแสการท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเฉพาะ ในปัจจุบันเน้นได้รับประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยว (Local experience) โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวไม่ใช่กลุ่มเฉพาะอีกต่อไป แต่รวมถึงกลุ่มลูกค้ามีทั้งตลาดบน (High-end) กลุ่มที่ต้องการความสะดวกสบาย (Luxury) กลุ่มครอบครัว (Family) คู่รัก (couple) และกลุ่มสนใจเฉพาะ (Special interest) โดยรวมอยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวหลักสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็น local experience เป็นกิจกรรมที่ให้ประสบการณ์เกี่ยวกับพื้นที่โดยตรง แหล่งท่องเที่ยวชุมชนควรตั้งอยู่ใน

เส้นทางท่องเที่ยวหลัก ที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป โดยการเอากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเสริมเข้าไปในโปรแกรมท่องเที่ยว รูปแบบการตลาดการท่องเที่ยววิถีชาวนา การท่องเที่ยววิถีชาวนา เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ต้องการนำเอาเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชาวนามาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มาท่องเที่ยว สัมผัส เรียนรู้ และได้รับความเพลิดเพลินกลับไป มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ด้าน คือ 1) คน (People) มีการมีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จ 2) กระบวนการ (Process) ในการพัฒนาบริการด้านการท่องเที่ยว กฎระเบียบชุมชน การสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น 3) สินค้าการท่องเที่ยว (Product) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ (1) ประเภทศูนย์เรียนรู้ และแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดท่องเที่ยวทั่วไปที่มีอยู่ในชุมชน (2) สินค้าท่องเที่ยวผสมผสานระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดท่องเที่ยวหลักภายในชุมชนกับวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนมาดัดแปลงเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว และ (3) สินค้าท่องเที่ยวนำเสนอวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนมาดัดแปลงเป็นกิจกรรมท่องเที่ยว เน้นให้นักท่องเที่ยวได้ประสบการณ์ตรงจากกิจกรรมท่องเที่ยวที่ได้ลงมือทำผสมผสานกับแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดท่องเที่ยวหลักภายในชุมชน ทั้งนี้ชุมชนจะต้องได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมด้านการมีส่วนร่วมในการทำงาน การแบ่งงานกันทำ การสร้างกระบวนการ และการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวโดยนำเอาวิถีชีวิตของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับวิถีชาวนามาเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน, การท่องเที่ยววิถีชาวนา, การตลาดการท่องเที่ยว, พฤติกรรมนักท่องเที่ยว