

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 3

การสร้างรูปแบบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว

เพื่อส่งเสริมโอกาสในการกระจายรายได้

Framework Analysis for Promoting Tourism Linkages

for Better Income Distribution

แผนงาน

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการกระจายรายได้ที่ดีและยกระดับประเทศ

ออกจากกับดักรัฐบาลรายได้ปานกลาง

Tourism Strategies for Better Income Distribution and elevating Thailand out
of the Middle Income Trap

โดย

ศาสตราจารย์ ดร. ป๋องปอนด์ รักอำนวยกิจ และคณะ

กรกฎาคม 2562

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวิจัยย่อยที่ 3

การสร้างรูปแบบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว

เพื่อส่งเสริมโอกาสในการกระจายรายได้

Framework Analysis for Promoting Tourism Linkages
for Better Income Distribution

นักวิจัย

ศาสตราจารย์ ดร. ปังปอนด์ รักอำนวยกิจ

วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยวิจัย

1. ดร. ณัฐ ฤทธิพัฒน์ศิริ

ผู้ช่วยนักวิจัยประจำโครงการ

2. นายกันตภณ เลอธนกุล

ผู้ช่วยนักวิจัยประจำโครงการ

แผนงาน

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อการกระจายรายได้ที่ดีและยกระดับประเทศ

ออกจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง

Tourism Strategies for Better Income Distribution and elevating Thailand out
of the Middle Income Trap

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

โครงการ การสร้างรูปแบบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมโอกาสในการกระจายรายได้เป็นโครงการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อพิสูจน์ความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้สู่ชุมชนด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งกิจการ โรงแรม ร้านอาหาร และร้านขายของชำร่วย เพื่อได้ทราบและเข้าใจถึงรูปแบบ วิธีการ ขั้นตอนการประกอบกิจการที่มีส่วนเชื่อมโยงไปสู่การกระจายรายได้ทั้งในรูปแบบการจ้างงาน การซื้อสินค้าที่ผลิตโดยคนที่อาศัยในพื้นที่ตั้งของกิจการและการกระจายรายได้ในรูปแบบอื่น พื้นที่ศึกษาประกอบด้วย จังหวัดสมุทรปราการ(บางกะเจ้า) ชลบุรี(พัทยา) เลย์นองคาย ศรีสะเกษ เชียงใหม่ เชียงราย ชุมพร และภูเก็ต โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม 14 แห่ง และร้านอาหาร 6 แห่ง ศูนย์รวมการค้า 3 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวชุมชน 2 แห่ง โดยที่การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้สู่ชุมชนในพื้นที่ตามกรอบการศึกษา 3 ช่องทางหลักที่ประยุกต์จากแนวคิดของ Winter (2004) ประกอบด้วย ช่องทางด้านราคา ช่องทางด้านการผลิต และช่องทางการใช้จ่ายของภาครัฐ โดยในแต่ละช่องทางหลัก ประกอบด้วยช่องทางการกระจายรายได้รวม 7 ช่องทาง

การประยุกต์กรอบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้เดิมกับการเชื่อมโยงใหม่ 7 เส้นทาง

การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่คนในท้องถิ่นในงานวิจัยชิ้นนี้ได้วิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของการกระจายรายได้ของ Winters (2004) เพื่อเป็นจุดตั้งต้นของการวิเคราะห์ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวจะถูกกระจายผ่านช่องทางทั้งหมด 3 ช่องทาง ได้แก่ (1) ช่องทางด้านราคา (Price Chanel) (2) ช่องทางด้านการผลิต (Enterprise Channel) และ (3) ช่องทางด้านการใช้จ่ายภาครัฐ (Government Channel) จากนั้นเพื่อให้การวิเคราะห์เหมาะสมกับบริบทของประเทศโดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา และสามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำได้อย่างตรงจุด ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้เห็นความสำคัญในการใช้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำ จึงได้พัฒนาแนวคิดการเชื่อมโยงทางรายได้ 7 เส้นทางขึ้นมา (หรือมีอีกชื่อว่า The ST-EP Second Mechanisms) โดยมารายละเอียดดังนี้

ช่องทางที่ 1 เป็นการกระจายรายได้ผ่านการจ้างงานคนในพื้นที่ (การจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว)

ช่องทางที่ 2 เป็นการให้คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism Enterprise)

ช่องทางที่ 3 เป็นการให้คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง

ช่องทางที่ 4 เป็นการกระจายรายได้การท่องเที่ยวผ่านธุรกิจขนาดเล็ก หรือกิจการโดยชุมชน ที่ดำเนินการโดยคนในพื้นที่

ช่องทางที่ 5 เป็นการกระจายรายได้จากการเก็บค่าธรรมเนียม หรือภาษี และส่งต่อประโยชน์ ให้แก่คนในพื้นที่

ช่องทางที่ 6 เป็นช่องทางการกระจายรายได้ผ่านธุรกิจในพื้นที่ (Enterprise Channel) โดยที่ ธุรกิจในพื้นที่จะมีการเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่

ช่องทางที่ 7 เป็นช่องทางการกระจายรายได้ผ่านโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของรัฐใน ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Infrastructure) โดยโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ช่วยส่งเสริมประโยชน์ทางการ ท่องเที่ยวให้แก่คนในพื้นที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้มากขึ้น

เมื่อประยุกต์กรอบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้เดิมของ Warner (2004) กับ การเชื่อมโยงใหม่ 7 เส้นทาง ทำให้ได้กรอบการศึกษาดังนี้

ช่องทางด้านราคา ประกอบด้วย ช่องทางการกระจายรายได้ใหม่ 2 ช่องทาง ดังนี้

ช่องทางที่ 3 คนในพื้นที่เป็นผู้ขายสินค้าโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 4 คนในพื้นที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหรือกิจการโดยชุมชน

ช่องทางด้านการผลิต ประกอบด้วย ช่องทางการกระจายรายได้ใหม่ 3 ช่องทาง ดังนี้

ช่องทางที่ 1 ธุรกิจท่องเที่ยวจ้างงานคนในพื้นที่

ช่องทางที่ 2 คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้กับกิจการท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 6 กิจการท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่

ช่องทางด้านการใช้จ่ายของภาครัฐ ช่องทางการกระจายรายได้ใหม่ 2 ช่องทาง ดังนี้

ช่องทางที่ 5 รายได้ที่เกิดจากการเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 7 โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้สู่ชุมชนในพื้นที่ตาม

ผลการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้สู่ชุมชนในพื้นที่ตามกรอบ การศึกษาการเชื่อมโยงใหม่ 7 เส้นทาง ปรากฏดังนี้

1. ช่องทางด้านราคา

ช่องทางที่ 3 คนในพื้นที่เป็นผู้ขายสินค้าโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยว

ด้านการขายสินค้า กิจการโรงแรมไม่นิยมนำสินค้า OTOP จากพื้นที่ท่องเที่ยวเข้ามาวางจำหน่ายใน โรงแรม เนื่องจากสินค้า OTOP ที่ขายในโรงแรมเป็นสินค้าที่เหมือนกับสินค้าจากแหล่งผลิตและสินค้าส่วนใหญ่

มาจากแหล่งผลิตเดียวกัน และมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวนิยมไปซื้อที่แหล่งผลิตมากกว่าซื้อที่โรงแรม ทำให้สินค้า OTOP ในโรงแรมขายไม่ได้และตกค้าง ซึ่งสินค้าบางชนิดเน่าเสียได้

การขายสินค้าจากร้านขายของที่ระลึก ผู้ประกอบการบางรายที่เป็นคนในพื้นที่นั้น ๆ แต่สินค้าที่นำมาจำหน่ายอาจไม่ใช่สินค้าที่ผลิตขึ้นเอง ประกอบกับสินค้า OTOP ในพื้นที่บางชนิดไม่มีจุดเด่นและไม่ได้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร แม้ว่าอาจมีรายละเอียดในเรื่องของสินค้าของชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันในแต่ละจังหวัด แต่โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวเห็นว่าสินค้าไม่มีความแตกต่างกัน นอกจากนี้ สินค้าที่ผลิตขึ้นภายในท้องถิ่นส่วนใหญ่มีราคาสูง ในขณะที่สินค้าจากต่างพื้นที่หรือจากต่างประเทศมีราคาถูกกว่า และใช้ต้นทุนการแสวงหาสินค้ามาเพื่อจำหน่ายน้อยกว่า ทำให้ผู้ขายได้กำไรมากขึ้น

ด้านการให้บริการ กิจกรรมโรงแรมฯ ไม่นิยมให้บริการด้านนวด สปา หรือบริการนวดเท้าโดยโรงแรมเอง เนื่องจาก ผู้ประกอบการที่ต้องการทำธุรกิจนวดเท้าหรือประกอบธุรกิจสปา ต้องจดทะเบียนประกอบการธุรกิจนวดเท้า/ธุรกิจสปาตามกฎหมาย โดยกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับผู้จดทะเบียน รวมทั้งการอนุญาตประกอบธุรกิจนวดเท้าเกี่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ กิจกรรมโรงแรมและรีสอร์ทบางแห่งได้อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวโดยประสานงานกับผู้ให้บริการนวด/สปา จากภายนอกเข้ามาให้บริการลูกค้าในโรงแรมหรือแนะนำ จัดหาบริษัทนวดเท้า ผู้นำเที่ยว รวมทั้งรถรับจ้างให้กับลูกค้าผู้มาพักที่ต้องการบริการดังกล่าว

ช่องทางที่ 4 คนในพื้นที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหรือกิจการโดยชุมชน

ช่องทางที่เป็นการศึกษาปัญหาการกระจายรายได้ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหรือกิจการโดยชุมชน พบว่า กิจกรรมเกือบทั้งหมดไม่มีรูปแบบที่ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการ หรือไม่มีลักษณะเป็นกิจการโดยชุมชนและไม่ตรงกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) ที่ชุมชนเป็นเจ้าของและมีอำนาจบริหารงานด้วยตัวเอง โดยมีความมุ่งหวังที่จะปรับปรุงสวัสดิการของคนในชุมชนให้ดีขึ้น และสามารถจัดสรรแบ่งผลประโยชน์ให้แก่คนในชุมชนได้อย่างโปร่งใส ตลอดจนสามารถรักษาประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้ รวมทั้งมีส่วนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน และในท้ายที่สุด คือ สามารถสร้างให้เกิดรายได้ที่พึ่งพาตนเองได้ ทั้งนี้ แม้ว่ากิจการบางแห่งที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการแต่ไม่มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของอาจมีส่วนทำให้สมาชิกละเลยในการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ ในตลาดเท่าที่ควรเป็น

นอกจากนี้ ทั้งกิจการโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท รวมไปถึงร้านอาหาร เป็นกิจการที่คนในพื้นที่เข้าไปมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ เป็นผู้ถือหุ้นเกือบทุกแห่ง แต่ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าเป็นกิจการของคนจนหรือไม่ รูปแบบธุรกิจที่ชุมชนร่วมเป็นเจ้าของ หรือชุมชนมีส่วนร่วมมากจะอยู่ในรูปของตลาดและชุมชน

2. ช่องทางการผลิต

ช่องทางที่ 1 ธุรกิจท่องเที่ยวจ้างงานคนในพื้นที่

ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ทและโฮมสเตย์ นอกจากที่เจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารแล้ว สำหรับกิจการขนาดใหญ่ในส่วนงานที่ต้องใช้ทักษะ อาทิ งานบริหาร งานบัญชี งานพร็อนท์ (ฝ่ายต้อนรับ) จะจ้างพนักงานที่มีวุฒิปริญญาตรี สำหรับงานอื่น ๆ กิจการจะจ้างพนักงาน ปวช.-ปวส. หรือ มัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีที่ 6 แตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่เป็นการจ้างงานคนในพื้นที่ สำหรับเมืองท่องเที่ยวที่มีการขาดแคลนแรงงานด้านบริการ (ชลบุรี ภูเก็ต) นิยมแก้ปัญหาโดยใช้แก้ปัญหาโดยจ้างแรงงานจากภาคอื่น โดยเฉพาะแรงงานจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และจ้างแรงงานต่างด้าว โดยเฉพาะแรงงานพม่า แรงงานลาว

ธุรกิจร้านอาหาร หากเป็นร้านอาหารขนาดใหญ่จะมีการจ้างงานในร้านมีจำนวนมาก โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนหลักคือ พนักงานครัว และพนักงานเดินอาหาร ซึ่งบางแห่งพนักงานเดินอาหารเป็นผู้คิดเงินและรับชำระเงินค่าอาหารด้วย นอกจากนี้ มีการการจ้างแรงงานรายวันซึ่งเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษา - ปวช. - ปวส. และนักศึกษาระดับปริญญาตรีเข้ามาช่วยงานในร้านโดยสมัครใจและไม่ได้เป็นพนักงานประจำของร้าน

ปัญหาสำคัญที่เกี่ยวกับการจ้างงานคนในพื้นที่ คือ แรงงานไทยไม่นิยมทำงานงานบริการโดยเฉพาะในภาคธุรกิจโรงแรม

ช่องทางที่ 2 คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้กับกิจการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ และรีสอร์ท ที่มีห้องอาหารที่สามารถรองรับการจัดเลี้ยงแขกจำนวนมากเลือกใช้วิธีสั่งซื้อของสดและของแห้งเพื่อการประกอบอาหารจากบริษัทผู้ทำหน้าที่ Supplier จัดหาสินค้าตามความต้องการของโรงแรมที่ระบุไว้ในแต่ละครั้ง โดยที่กิจการโรงแรม ฯ ไม่ได้คำนึงถึงแหล่งที่มาหรือกรรมวิธีการผลิตสินค้าดังกล่าว โดยที่กิจการโรงแรมไม่ได้มีนโยบายการใช้สินค้าจากท้องถิ่น

นอกจากนี้ ธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ และรีสอร์ท รวมไปถึงร้านอาหารเกือบทุกแห่งเลือกซื้อสินค้าสิ้นเปลืองจากห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์สโตร์ (Superstore) /ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hyper Market) ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่มากกว่าสินค้า OTOP ที่ผลิตในท้องถิ่น เนื่องจากสามารถหาซื้อได้อย่างสะดวก สินค้าที่ได้มาอยู่ในแพ็คเกจที่สวยงาม พร้อมใช้และใช้ได้สะดวก มีความประหยัดที่มีมากกว่าการใช้สินค้า OTOP การศึกษาพบว่าพื้นที่ท่องเที่ยวบางจังหวัดไม่มีการผลิตสบู่ แชมพู แม้กระทั่งไม่มีสินค้า OTOP ที่โดดเด่น ดังนั้น การเลือกซื้อสินค้าดังกล่าว รวมไปถึงน้ำยาซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม จากห้างสรรพสินค้าจึงเป็นทางเลือกสำคัญของธุรกิจโรงแรม

อย่างไรก็ตาม ร้านอาหารมีแนวโน้มซื้ออาหารของสดและของแห้งเพื่อการประกอบอาหารจากตลาดสดที่ขายโดยคนในพื้นที่ หรือจับ หรือผลิตในพื้นที่ สินค้าจึงมีความสด ใหม่ และมีราคาถูกกว่า โดยเปรียบเทียบกับ การไปซื้อจากห้างสรรพสินค้า นอกจากนี้ ร้านอาหารยังใช้วิธีซื้อจากชาวบ้านที่นำผลผลิตจากไร่-สวนของ

ตนเองมาเสนอขายให้ที่ร้านอาหารในรูปของคู่ค้าประจำ ร้านอาหารขนาดใหญ่ที่มีลูกค้า/นักท่องเที่ยวจำนวนมาก หรือมีคณนนักท่องเที่ยว (กรุ๊ปทัวร์) มาประจำจะสั่งซื้อของสดและของแห้งจากบริษัทผู้ผลิตโดยตรง สำหรับ สินค้าอื่น ๆ อาทิ น้ำยาสำหรับจาน กระจกเช็ดปาก กระจกเช็ดมือ ร้านอาหารจะซื้อมาจากห้างสรรพสินค้า หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่

ร้านขายของที่ระลึกบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัด พบว่ามีรูปแบบของร้านขายของที่ระลึกจะประกอบด้วย 2 รูปแบบ คือ (1) ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยกลุ่มชาวบ้าน/กลุ่มผู้ผลิตในพื้นที่ และ(2) ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าที่ผลิตมาจากพื้นที่อื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวหรือจังหวัด

ปัญหาสินค้า OTOP ในสถานที่ท่องเที่ยวมีข้อจำกัดสูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านคุณภาพสินค้าที่มักพบว่าสินค้าชนิดเดียวกัน ที่ผลิตจากแหล่งเดียวกันแต่ผลิตต่างช่วงเวลากันจะมีโอกาสที่มีความแตกต่างกันสูงมาก รวมทั้งไม่สามารถผลิตให้ได้ปริมาณตามที่กิจการต้องการซื้อ กิจการจึงซื้อสินค้าต่าง ๆ จากห้างสรรพสินค้าหรือ บริษัทผู้เป็น supplier

ช่องทางที่ 6 กิจการท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่

การเอื้อประโยชน์ต่อพนักงานซึ่งเป็นคนในพื้นที่ กิจการมีความพยายามจ้างพนักงานซึ่งเป็นคนในพื้นที่ทั้งหมด แม้จะมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันก็ตาม นอกจากเป็นการทำให้คนในพื้นที่มีรายได้เพิ่มขึ้นแล้ว กิจการยังได้มีความยืดหยุ่นให้กับพนักงาน พนักงานสามารถลางานสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันเพื่อไปทำงานอื่นได้ เช่น ลางานไปดำนานา เกี่ยวข้าว เป็นต้น บางกิจการมีนโยบายให้ความช่วยเหลือพนักงานเช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่บุตรของพนักงาน เป็นต้น แต่พบปัญหาสำคัญของการเอื้อประโยชน์ต่อพนักงานซึ่งเป็นคนในพื้นที่ คือ พนักงานมีการเปลี่ยนงานบ่อย คนในพื้นที่และคนไทยไม่นิยมทำงานบริการ โดยเฉพาะในกิจการขนาดเล็ก จึงจำเป็นต้องจ้างแรงงานต่างด้าวเพื่อทำงานทดแทนแรงงานไทย

การเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนที่อยู่แวดล้อม การเข้ามาตั้งอยู่ของกิจการมีส่วนช่วยเปิดโอกาสให้เกิดกิจการรอบข้างโรงแรม รีสอร์ท อาทิ ร้านอาหาร ร้านค้า รวมไปถึงร้านนวดแผนโบราณ สปาเพิ่มมากขึ้น เกิดการเรียกใช้บริการต่าง ๆ จากบริเวณพื้นที่แวดล้อมมากขึ้น ทำให้ชาวบ้านซึ่งเป็นคนในพื้นที่มีรายได้เพิ่มขึ้น

กิจการโรงแรมฯ และร้านอาหารมีความเห็นเกี่ยวกับการเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนว่าเป็นการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างชุมชนกับกิจการ กิจการได้ประโยชน์จากการมีอยู่ของชุมชนด้วยการจ้างงาน ทำให้กิจการมีพนักงานช่วยกันทำงานและให้กิจการมีรายได้ ในขณะที่ชุมชนอาจเห็นว่าการที่อยู่ของกิจการเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

3. ช่องทางการใช้จ่ายของภาครัฐ

ช่องทางที่ 5 รายได้ที่เกิดจากการเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว

รัฐบาล หรือหน่วยงานภายใต้ภาครัฐไม่มีนโยบายหรือมาตรการใด ๆ ที่เป็นรูปธรรมที่เป็นการส่งเสริมการสร้างศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว แม้ว่าในบางพื้นที่ได้ประกาศเป็นเศรษฐกิจพิเศษก็ตาม อย่างไรก็ตาม ระดับท้องถิ่นได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าการท่องเที่ยว อาทิ การจัดตลาดถนนคนเดิน งานแสดงสินค้าที่ร้านอาหารสามารถไปเข้าร่วม และอาจมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักเพิ่มเติมบ้าง ทั้งนี้โครงสร้างทางภาษีที่เรียกเก็บจากผู้ประกอบการโรงแรมฯ เบื้องต้น รวมไปถึงการจัดเก็บภาษีขององค์กรท้องถิ่นที่มีการเก็บเข้าซ้อน และค่อนข้างยุ่งยากในการดำเนินการ ซึ่งทำให้การดำเนินกิจการยุ่งยากมากขึ้น อย่างไรก็ตาม คนในพื้นที่ที่เป็นพนักงานยังได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวในรูปของประกันสังคม

ช่องทางที่ 7 โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวหลายแห่งไม่เคยได้รับการส่งเสริม สนับสนุน อำนวยความสะดวกที่เกี่ยวกับกิจกรรมที่ส่งเสริมการค้า การท่องเที่ยว อาทิ ตลาดประชารัฐ หรือการออกร้านที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการมักเป็นผู้ประกอบการรายเดิมและไม่มีผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถเข้าร่วมเพิ่มเติมได้ นอกจากนี้ พื้นที่ท่องเที่ยวบางพื้นที่ขาดการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานแบบบูรณาการ ยกตัวอย่างเหตุการณ์พัฒนาถนนหลังจากเสร็จสิ้นแล้วมีการจุดเจาะวางท่อระบายน้ำ และไม่ซ่อมแซมให้เหมือนเดิม ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ มีความทรุดโทรมลงเรื่อย ๆ เช่น ถนนชำรุด ไฟกลางคืนไม่เพียงพอ ระบบจัดเก็บขยะไม่เพียงพอ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและรูปแบบการพัฒนา

จากผลการสำรวจเชิงพื้นที่ได้นำเสนอทั้ง 7 เส้นทางของความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้ พบว่า ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในเชิงการกระจายรายได้มีผลที่มีน้ำหนักที่แตกต่างกันของแต่ละเส้น และมีความแตกต่างกันตามลักษณะของกิจการที่เกี่ยวข้องรวมทั้งรูปแบบการบริหารจัดการของกิจการ อย่างไรก็ตาม ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและรูปแบบการพัฒนาจากผลการสำรวจเชิงพื้นที่และรูปแบบการดำเนินงานที่ได้มีการทบทวนในส่วนแรกของงานวิจัย ดังนี้

(1) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ที่มีลักษณะเต็มรูปแบบมีผลโดยตรงต่อการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ยังคงมีจำนวนน้อยมาก และการแสวงหากำไรโดยการลดต้นทุนการผลิตโดยใช้สินค้าที่ราคาถูก มีคุณภาพดีและได้มาตรฐาน ทำให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวไม่เต็มที่ ภาครัฐจึงควรตระหนักและควรส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการให้ความรู้แก่ชุมชนในการจัดตั้ง CBT อย่างเต็มรูปแบบ

(2) ผลกระทบของช่องทางทางด้านราคา ผ่านช่องทางที่ 3 จากการขายสินค้าและบริการและบริการจากคนยากจนหรือคนในพื้นที่โดยตรง และช่องทางที่ 4 จากวิสาหกิจชุมชนที่มีคนในพื้นที่เป็นเจ้าของ พบว่าช่องทางด้านราคามีประสิทธิผลจากการขายสินค้าและบริการในประเภทที่เป็นพื้นฐานและไม่อาศัยความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์มากนัก เช่น สินค้าเกษตร (ผักผลไม้ เนื้อสัตว์) และบริการที่เป็นพื้นฐาน (ขนส่งในพื้นที่นวดспа ไกด์) แต่ยังคงมีปัญหาในการขายสินค้าและบริการที่มีความซับซ้อน เช่น สินค้า OTOP ที่ต้องอาศัยความซับซ้อนในการผลิตให้ได้มาตรฐานและต้องการอุปทานที่เพียงพอและสม่ำเสมอ จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) ควรมีการจัดการความรู้ชุมชนและมีการจัดการนวัตกรรมวิถีที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของสินค้า สนับสนุนและศึกษาวิจัยเพื่อการผลิตของสินค้าในพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ และนำนวัตกรรมการเพิ่มมูลค่าและการตลาดเข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

2) ควรมีมาตรการในการกีดกันผลิตภัณฑ์ที่จะแข่งขันกับผลิตภัณฑ์จากนอกพื้นที่และมีการจัดตลาดหรือถนนคนเดินเพื่อการท่องเที่ยวที่เน้น theme การขายผลิตภัณฑ์จากคนในพื้นที่เท่านั้นโดยมีการตลาดที่ชัดเจน นอกจากนี้ รัฐควรให้ความรู้เรื่องอาหารปลอดภัยกับเกษตรกรและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์รวมทั้งสนับสนุนช่องทางการขอใบอนุญาตหรือมาตรฐาน เพื่อยกระดับรายได้ของผู้ผลิตรายย่อยโดยตรง

3) รัฐควรสนับสนุนส่งเสริมช่องทางการให้ความรู้แก่กลุ่มผลิตรายย่อยในเรื่องมาตรฐานความสะอาดและปลอดภัยของสินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าในห่วงโซ่มูลค่า

(3) จากการวิเคราะห์ผลกระทบของการท่องเที่ยวผ่านช่องทางทางการผลิต ผ่านช่องทางที่ 1 การจ้างคนยากจนหรือคนในพื้นที่ ช่องทางที่ 2 การจัดหาสินค้าและบริการให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยวโดยคนในพื้นที่หรือคนยากจน และช่องทางที่ 6 การเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่ของกิจการเพื่อการท่องเที่ยว พบประเด็นปัญหาที่มีความซับซ้อนในด้านอุปทาน โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) รัฐควรมีแนวทางในการสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กและขนาดกลาง หรือมาตรการการลดหย่อนภาษีที่ผูกกับสัดส่วนการจ้างงานคนในพื้นที่

2) รัฐควรส่งเสริมการรับรองมาตรฐานอาชีพกับคนในชุมชนที่ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว โดยทำงานร่วมกับสถานศึกษาท้องถิ่น เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของชุมชนและจูงใจให้คนในชุมชนทำงานในพื้นที่

3) รัฐต้องให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการถึงปัญหาเชิงนโยบายและทิศทางการยกระดับการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพ รวมทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นรูปแบบการยกระดับคุณภาพการบริการที่ไม่เน้นการแข่งขันด้านราคา

4) ด้านการกระจายรายได้ของการท่องเที่ยวผ่านช่องทางการจัดหาสินค้าและบริการให้ธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า ยังมีปัญหาอุปทานที่เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะสินค้าที่มีการนำ

เสีย เช่น เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ และสินค้า OTOP ทั้งนี้ผู้ประกอบการให้ความเห็นตรงกันว่าต้องการที่จะซื้อสินค้าจากคนในพื้นที่หากสินค้ามีมาตรฐานและความเพียงพอและต่อเนื่องของอุปทาน จึงขอเสนอรูปแบบการจัดการดังนี้

ก. รูปแบบการจัดการแบบตลาดสินค้าโดยอุปสงค์จากผู้ประกอบการ มีการจัดทำ platform ความต้องการสินค้าและมาตรฐานสินค้าจากผู้ประกอบการต่าง ๆ โดยมีการลงทะเบียนผู้ผลิต และมีการจัดการข้อมูลด้วยระบบข้อมูลที่สามารถติดตาม อุปสงค์และอุปทาน

ข. รูปแบบการจัดการแบบตลาดสินค้าจากอุปทานของผู้ผลิต มีพื้นที่ตลาดให้กับผู้ผลิตเพื่อขายให้กับสถานประกอบการโดยตรง โดยผู้ประกอบการสามารถเลือกซื้อสินค้าตามมาตรฐาน (ตามความต้องการที่ต่างกันของแต่ละผู้ประกอบการ) จากสินค้า โดยผู้ผลิตจะได้รับเงินจากการขายผ่าน barcode จากสินค้าที่ถูกเลือก โดยไม่ผ่านการเจรจากับผู้ผลิตโดยตรง แต่ทำการคัดเลือกสินค้าและราคาที่ต้องการ

5) ด้านผลิตภัณฑ์อุปโภคเพื่อการท่องเที่ยว เสนอให้มีการจัดแบ่งรูปแบบสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์จากสินค้าในชุมชน เช่น สบู่สมุนไพร น้ำมันนวดหอม มีการให้ credit จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแก่โรงแรมและร้านอาหารที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนที่เป็นสัดส่วนมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด และมีการประชาสัมพันธ์มาตรฐานนี้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวใช้บริการสถานประกอบการที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน

6) ส่งเสริมให้มีพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากชุมชนในทุกโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ และให้มีร้านค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนในทุกอำเภอเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าจากชุมชน โดยมีการกำกับราคาสินค้าเดียวกันให้เท่ากัน (คล้ายกับในประเทศญี่ปุ่น) มีระบบการลงทะเบียนผู้ประกอบการ และมีการจัดทำระบบข้อมูลการลงทะเบียนสินค้า มาตรฐานสินค้าและวันหมดอายุที่สามารถติดตามสินค้า

7) กิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ทางการจ้างงานให้กับลูกจ้างและครอบครัวผ่านรูปแบบการบริหารจัดการและสวัสดิการที่ให้กับลูกจ้างซึ่งเป็นจุดแข็งของการกระจายรายได้ ดังนั้นข้อเสนอเพื่อการส่งเสริมจุดแข็งนี้คือ เสนอให้มีการจัดการความรู้เพื่อยกระดับสวัสดิการของคนทำงานด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งเสนอให้มีการจัดการอบรมทักษะการบริการด้านการท่องเที่ยวให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกระดับ เพื่อเป็นการยกระดับการบริการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และเพื่อเกิดแรงจูงใจแก่คนในชุมชนในการเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

(4) ทางด้านผลกระทบของกิจการด้านการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้ผ่านช่องทางการใช้จ่ายภาครัฐ โดยช่องทางที่ 5 ผ่านการจัดสรรรายได้ภาษีอากรหรือเงินที่เรียกเก็บจากภาษีท่องเที่ยวกลับไปสู่คนใน

พื้นที่ และช่องทางที่ 7 ผ่านประโยชน์จากภาษีที่รัฐพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว พบว่า ผลจากการจัดสรรรายได้ที่ตกเป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนไม่ใช่ประโยชน์จากการจัดสรรรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวโดยตรง รวมทั้งการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมขนส่งที่เกิดขึ้นไม่ได้เกิดจากความตั้งใจที่จะพัฒนาภาคการท่องเที่ยวโดยตรง โดยประโยชน์จากการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมโดยมากจะเกิดจากการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษที่มีภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคที่ได้รับประโยชน์ทางอ้อม จึงมีข้อเสนอแนะการพัฒนาการกระจายรายได้ผ่านสองช่องทางนี้ ดังนี้

1) ภาครัฐควรมีการบูรณาการทางด้านนโยบายและแผนระหว่างกระทรวงคมนาคม หน่วยงานด้านนโยบายการพัฒนา และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการพัฒนาเส้นทางขนส่งและคมนาคมของประเทศไทย ทั้งนี้ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญทั้งในด้านการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวจากการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และทางด้านการพัฒนาและการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ประชาชนที่เกี่ยวข้อง

2) การใช้จ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพของการบริการที่ไม่ใช่การแข่งขันทางราคาและเป็นไปในทิศทางของการเพิ่มคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ปรับปรุงภูมิทัศน์และความสะดวกสบายในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ รวมทั้งการใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาและยกระดับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

3) การใช้จ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงจุดแข็งและทิศทางขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย และผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแต่ละ sector ควรมีการจัดการข้อมูลและมีการติดตามประเมินผลกระทบอย่างสม่ำเสมอ

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิเคราะห์เชิงพื้นที่สำหรับการศึกษารอบการเชื่อมโยงที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบการกับชุมชน และวิเคราะห์แนวทางในการเพิ่มศักยภาพชุมชนเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้จากการขายสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งนำเสนอการพัฒนาผู้ประกอบการสำหรับการกระจายรายได้จากซื้อสินค้าบริการจากการท่องเที่ยวนำมาสู่การพัฒนาชุมชนให้สามารถยกระดับตัวเองไปสู่การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว รวมไปถึงวิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชุมชน ศึกษาด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท และร้านอาหาร ในจังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดรอง รวม 9 จังหวัดทุกภูมิภาคทั่วประเทศ

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

รูปแบบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมโอกาสในการกระจายรายได้ โดยการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ลักษณะเต็มรูปแบบมีผลโดยตรงต่อการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ดังนั้น ภาครัฐควรตระหนักและส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการให้ความรู้แก่ชุมชนในการจัดตั้งการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) พร้อมทั้งสนับสนุนและศึกษาวิจัยเพื่อการผลิตของในพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์และนำนวัตกรรมการเพิ่มมูลค่าและการตลาดเข้ามาช่วย ตลอดจนออกมาตรการการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ประกอบการที่ผูกกับสัดส่วนการจ้างงานคนในพื้นที่พร้อมทั้งรับรองมาตรฐานอาชีพกับคนในชุมชนที่ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การใช้จ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพของการบริการที่ไม่ใช่การแข่งขันทางราคา และควรคำนึงถึงจุดแข็งและทิศทางขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย

Abstract

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

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

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

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

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	I
บทคัดย่อ	X
Abstract.....	XI
สารบัญ.....	XIII
สารบัญภาพ	XV
สารบัญตาราง.....	XVI
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด	3
1.4 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.7 แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมายเมื่อสิ้นสุดการวิจัย	4
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม.....	6
2.1 กิจกรรมเพื่อสังคม	6
2.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	11
2.3 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร	16
2.4 ห่วงโซ่มูลค่าโลก	17
2.5 การกระจายรายได้และการแบ่งสรรผลกำไร.....	18
2.6 การท่องเที่ยวกับการลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำ.....	21
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	27
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	29
3.1 การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก	29
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	30
3.3 แผนการดำเนินงานโครงการ	34

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิจัย	36
4.1 ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา.....	36
4.2 ความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการกระจายรายได้.....	45
4.2.1 ช่องทางด้านราคา (Prince Channel).....	49
4.2.2 ช่องทางการผลิต (Enterprise Channel)	56
4.2.3 ช่องทางการใช้จ่ายของภาครัฐ (Government Channel).....	65
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	70
5.1 สรุปผลการวิจัย	71
5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและรูปแบบการพัฒนา.....	75
บรรณานุกรม.....	83

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แผนการดำเนินงานโครงการ.....	34
ตารางที่ 2 ผลการศึกษารูปแบบความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้	45

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากร และกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน	14
ภาพที่ 2 Porter's Generic Value Chain	17
ภาพที่ 3 การกระจายรายได้ในรูปแบบของการกระจายรายได้ตามหน้าที่การผลิต	19
ภาพที่ 4 การกระจายรายได้ในรูปแบบการกระจายรายได้ระหว่างบุคคลหรือการกระจายรายได้ตามขนาด ...	20
ภาพที่ 5 การแบ่งสรรผลกำไรของธุรกิจ	20
ภาพที่ 6 กรอบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้	23
ภาพที่ 7 การประยุกต์กรอบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้เดิมกับการเชื่อมโยง ใหม่ 7 เส้นทาง	26
ภาพที่ 8 กรอบแนวคิดการวิจัย	28
ภาพที่ 9 รูปแบบการเชื่อมโยงการขายสินค้าประเภทของสดและอาหารแห้งให้กับกิจการฯ	59
ภาพที่ 10 รูปแบบการเชื่อมโยงการขายสินค้าประเภทของของใช้สิ้นเปลืองให้กับกิจการฯ	61

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจมากที่สุดในโลก ด้วยมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 10 ของผลผลิตมวลรวม (GDP) ทั้งหมด และยังเป็นเศรษฐกิจสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนประเทศโดยเฉพาะประเทศพัฒนาและประเทศกำลังพัฒนา (World Tourism Organization (UNWTO), 2017) ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดความเชื่อมโยงก่อให้เกิดธุรกิจเกี่ยวเนื่อง (Backward-Linkages) โดยสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท (พิริยะ ผลพิรุฬห์ และ ศิวะ เทียมทัต, 2559) ประกอบด้วย (1) ธุรกิจหลัก (Primary Core Business) ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร เป็นต้น (2) ธุรกิจรอง (Secondary Core Business) ได้แก่ ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก สินค้า OTOP ผลิตภัณฑ์เกษตร และอาหาร เป็นต้น และ (3) ธุรกิจสนับสนุน (Supporting Business) ได้แก่ ธุรกิจประชาสัมพันธ์ ธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตรา โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ธุรกิจขนส่งมวลชน การก่อสร้างและพลังงาน เป็นต้น

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้น (labor Intensive) นำไปสู่การจ้างงานในท้องถิ่นทั้งทางตรง (Directly) และทางอ้อม (Indirectly) รวมไปถึงการสนับสนุนการจ้างแรงงานสตรี และไม่จำเป็นต้องมีความชำนาญหรือทักษะในระดับสูง (Mathieson & Wall, 1983) ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงได้ถูกนำมาใช้ในมิติของการลดความยากจนโดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาได้มีการนำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาเป็นเครื่องมือแก้ปัญหาความยากจนอย่างแพร่หลาย (Pro-poor Tourism) (Mahadevan, Amir, & Nugroho, 2016) เป็นเหตุให้ประเทศกำลังพัฒนาจะมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และความได้เปรียบจากการท่องเที่ยวและนำมาเป็นเครื่องมือที่ใช้ลดความยากจน

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ยังได้เล็งเห็นถึงความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กับบริบทในการลดความยากจน ผ่านกลไก 7 ประการที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจช่วยลดความยากจนและแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำ ได้แก่

- (1) การจ้างคนยากจนเข้าทำงานในวิสาหกิจทางการท่องเที่ยว
- (2) การจัดหาสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยคนยากจน
- (3) การขายสินค้าหรือบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงโดยคนยากจน
- (4) การจัดตั้งวิสาหกิจที่ดำเนินการบริหารโดยคนยากจน
- (5) รายได้จากภาษีอากรที่ได้จากการท่องเที่ยวจะต้องนำไปใช้จ่ายเพื่อพัฒนาคนยากจน
- (6) การอาสาสมัครหรือการสนับสนุนคนยากจนโดยนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวและวิสาหกิจท่องเที่ยว

(7) การลงทุนทางด้านสาธารณูปโภคทางการท่องเที่ยวนำมาเป็นประโยชน์แก่คนยากจน

ดังนั้น คนยากจนอาจจะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวในรูปแบบของผลได้ทางเศรษฐกิจทั้งทางตรง เช่น การจ้างงาน การปล่อยเช่าที่ดินแก่นายทุน การขายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว หรือในรูปแบบของผลได้ด้านคุณภาพชีวิตหรือความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จากการเติบโตของการท่องเที่ยวที่ทำให้ ไฟฟ้า น้ำประปา โครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เข้ามาสู่ชุมชน

ประเด็นสำคัญที่สนับสนุนให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวที่ดีก็คือ "การสร้างเชื่อมโยง (Linkages) ของระบบตลาดระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว (เช่น ร้านอาหาร โรงแรม หรือธุรกิจขายของที่ระลึก) กับ ภาคชุมชน โดยการเชื่อมโยงดังกล่าวไม่เฉพาะเพียงการเพื่อให้แน่ใจว่าเงินรายได้ที่ผู้ประกอบการหาได้จากการท่องเที่ยวจะถูกส่งไปสู่ชุมชนแล้ว แต่ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ทางอ้อมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตของชุมชนด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ยังไม่เป็นที่แน่ชัดว่า ระบบการเชื่อมโยงดังกล่าวได้รับการพัฒนามากน้อยเพียงใดในบริบทของการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทั้งนี้ รูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงสามารถเกิดขึ้นได้ในหลายรูปแบบ ซึ่งมีทั้งแบบที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จในบริบทของการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ

แม้ว่า การท่องเที่ยวมีส่วนช่วยสนับสนุนสาขาอื่น ๆ มีโอกาสได้รับรายได้เพิ่มมากขึ้น (Induced Income) สืบเนื่องจากการที่ผู้ที่ได้รับการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวจะมีการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าหรือบริการภายในท้องถิ่น ทำให้เกิดการส่งผ่านของเม็ดเงินผ่านทางห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain รวมไปถึง การจ้างงานในสาขาอื่น ๆ เช่น การจ้าง ช่างไม้ ช่างก่อสร้าง คนทำเฟอร์นิเจอร์ สำหรับการผลิตสิ่งของเพื่อจะนำมาใช้ตกแต่งหรือให้บริการนักท่องเที่ยวในภาคการท่องเที่ยว หรือธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น ผู้นำเที่ยว รักษาความปลอดภัย และธุรกิจทำผม เป็นต้น รวมไปถึงการผลิตสินค้าหัตถกรรม

การท่องเที่ยวจึงได้ถูกนำมาใช้เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญต่อการลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาที่มักประสบปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำมาอย่างยาวนาน ในลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อแก้ไขปัญหาคความยากจน (pro-poor tourism: PPT) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ทำให้เกิดโอกาสการกระจายรายได้ในท้องถิ่นที่เกิดกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ยังต้องใช้แรงงานเข้มข้น กิจกรรมขนาดเล็ก และกิจกรรมที่อยู่นอกภาคเกษตรกรรม รวมทั้งยังสามารถพัฒนาในพื้นที่ยากจน (Ashley, Boyd, & Goodwin, 2000)

โครงการวิจัยนี้ได้กำหนดวิธีการศึกษาเพื่อพิสูจน์ว่ารูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงสามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบสามารถประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จในบริบทของการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำหรือไม่และอย่างไร ดังนั้น โครงการวิจัยนี้มีความสำคัญในการวิเคราะห์เชิงพื้นที่เพื่อวิเคราะห์กรอบการเชื่อมโยงที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบการกับชุมชนและวิเคราะห์แนวทางในการเพิ่มศักยภาพชุมชนเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้จากการขายสินค้า/บริการจากการท่องเที่ยว ที่อาจนำมาสู่ข้อเสนอการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อการกระจายรายได้จากซื้อสินค้าบริการจากการท่องเที่ยว ในรูปแบบของโมเดลการพัฒนาผู้ประกอบการที่จะส่งเสริมการกระจายรายได้ที่ดีจากการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมโอกาสในการกระจายรายได้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อวิเคราะห์เชิงพื้นที่เพื่อวิเคราะห์กรอบการเชื่อมโยงที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบการกับชุมชน

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์การแนวทางในการเพิ่มศักยภาพชุมชนเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้จากการขายสินค้า/บริการจากการท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงโมเดลการพัฒนาชุมชนเพื่อที่จะสามารถยกระดับตัวเองไปสู่การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว

1.2.3 เพื่อนำเสนอการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อการกระจายรายได้จากซื้อสินค้าบริการจากการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงโมเดลการพัฒนาผู้ประกอบการที่จะส่งเสริมการกระจายรายได้ที่ดีจากการท่องเที่ยว

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์และนำเสนอรูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชุมชน

1.3 เป้าหมายของผลผลิต (Output) และตัวชี้วัด

รายงานศึกษารูปแบบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวที่จะทราบถึง

1.3.1 กรอบการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อการกระจายรายได้จากซื้อสินค้าบริการจากการท่องเที่ยว นำไปสู่โมเดลการพัฒนาผู้ประกอบการที่จะส่งเสริมการกระจายรายได้ที่ดีจากการท่องเที่ยว

1.3.2 แนวทางการเพิ่มศักยภาพชุมชนเพื่อการกระจายรายได้จากการขายสินค้า/บริการจากการท่องเที่ยว นำไปสู่โมเดลการพัฒนาชุมชนเพื่อที่จะสามารถยกระดับตัวเองไปสู่การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว

1.4 เป้าหมายของผลลัพธ์ (Outcome) และตัวชี้วัด

การนำเสนอรูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ที่ดีจากการท่องเที่ยวเพื่อจะเป็นประโยชน์ต่อผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่จะสามารถนำไปพัฒนารูปแบบที่เหมาะสมของตนต่อไป

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

วิธีการศึกษาที่ใช้มีลักษณะเป็นการวิจัยในเชิงเอกสารประกอบไปกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์รูปแบบการเชื่อมโยงที่เป็นอยู่ ประกอบกับการทบทวนวรรณกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้องในแต่ละกรณีศึกษา ทั้งนี้ในการลงพื้นที่จะให้ความสำคัญกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยประกอบไปด้วยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลักซึ่งได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร และร้านขายของชำร่วย ประกอบกับการสัมภาษณ์ชุมชน โดยในที่นี้จะเลือกพื้นที่ในจังหวัดสำคัญ ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวกระจุกตัวในแต่ละภาคที่สำคัญ เช่น กรุงเทพฯ (ภาคกลาง) จันทบุรี (ภาคตะวันออก) หนองคาย (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) เชียงใหม่ น่าน/พะเยา (ภาคเหนือ) ภูเก็ต/พังงา (ภาคใต้) เป็นต้น ทั้งนี้ทีมวิจัยอาจจะมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่อีกครั้งตามความเหมาะสมโดยขึ้นอยู่กับความพร้อม เวลาและงบประมาณ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 จากการศึกษาทำให้ได้กรอบการพัฒนาผู้ประกอบการเพื่อการกระจายรายได้จากซื้อสินค้า/บริการจากการท่องเที่ยว และได้โมเดลการพัฒนาผู้ประกอบการที่จะส่งเสริมการลดความเหลื่อมล้ำและการกระจายรายได้ที่ดีจากการท่องเที่ยว

1.6.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทราบการเพิ่มศักยภาพชุมชนเพื่อการกระจายรายได้จากการขายสินค้า/บริการจากการท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงโมเดลการพัฒนาชุมชนเพื่อที่จะสามารถยกระดับตัวเองไปสู่การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว

1.6.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบรูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ที่ดีจากการท่องเที่ยว

1.7 แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมายเมื่อสิ้นสุดการวิจัย

นำเสนอผลการวิจัยแก่สาธารณะ และตีพิมพ์ผลการวิจัยในวารสารทางวิชาการในระดับชาติ

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

จุดมุ่งหมายของการวิจัยนี้คือการศึกษาเพื่อให้ได้แนวทางในการเพิ่มศักยภาพชุมชนเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการจากการท่องเที่ยว และได้ทราบถึงโมเดลการพัฒนาชุมชนเพื่อที่จะสามารถยกระดับตัวเองไปสู่การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว นำมาสู่โมเดลการพัฒนาผู้ประกอบการที่จะส่งเสริมการกระจายรายได้ที่ดีจากการท่องเที่ยว ตลอดจนรูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชุมชนเพื่อส่งเสริมโอกาสในการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ ดังนั้น การทบทวนวรรณกรรมจึงได้เน้นวรรณกรรมที่เกี่ยวกับรูปแบบของธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อเป็นฐานความเข้าใจเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มว่าจะสามารถช่วงลดความเหลื่อมล้ำและการเพิ่มโอกาสการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว กิจกรรมเพื่อสังคม การท่องเที่ยวโดยชุมชน และห่วงโซ่มูลค่าโลก โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 กิจกรรมเพื่อสังคม

กิจกรรมเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นกิจกรรมรูปแบบหนึ่งของธุรกิจขนาดกลางหรือขนาดเล็กหรือกลุ่มคนในสังคมที่เป็นองค์กรอิสระได้ทำการตั้งธุรกิจขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม และยกระดับความกินดีอยู่ดีของคนในสังคมนั้น ๆ โดยดำเนินกิจการในรูปแบบการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งกิจกรรมนั้นอาจแสวงหาผลกำไรหรือไม่ก็ได้ แต่ไม่เน้นการสร้างกำไรสูงสุดให้ธุรกิจ ในขณะที่กิจกรรมเพื่อสังคมนั้นอาจมีผลกระทบต่อการลงทุน (United Nations Global Compact & The Rockefeller Foundation, 2012; Smith & Darko, 2014) นอกจากนี้กิจกรรมเพื่อสังคมนยังเป็นการริเริ่มธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ผสมผสานความเป็นองค์กรของรัฐและองค์กรของเอกชนเพื่อสร้างสวัสดิการทางสังคมที่ดีขึ้น (Bidet & Roger, 2003) ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสังคมที่ผสมผสานแนวคิดพื้นฐานของภาคการตลาดและภาครัฐ ผสมรวมกับแนวคิด 'third sector'¹ และแนวคิด 'non-profit sector'

ทั้งนี้ รูปแบบการดำเนินงานของกิจกรรมเพื่อสังคมของแต่ละประเทศขึ้นอยู่กับกรอบทางกฎหมายที่มีอยู่เกี่ยวกับเศรษฐกิจการเมืองการจัดสวัสดิการวัฒนธรรมและประเพณีทางประวัติศาสตร์ของการพัฒนาที่ไม่แสวงหาผลกำไรในแต่ละประเทศ เป็นผลให้กิจกรรมเพื่อสังคมนวมถึงองค์กรรูปแบบใหม่ ๆ และองค์กรในภาคประชาชนแบบดั้งเดิม (Traditional third sector organization) ได้ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรและดำเนินกิจการโดยอาศัยพลวัตของผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ (new entrepreneurial dynamics) แนวคิดกิจกรรมเพื่อ

¹ การไม่เป็นทั้งภาครัฐ (First Sector) และไม่เป็นธุรกิจเอกชนปกติ (Second Sector)

สังคมนั้นไม่ได้ถูกสร้างขึ้นเพื่อการทดแทนแนวคิดองค์กรพัฒนาเอกชน (non-profit sector) หรือแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสังคม (social economy) แต่มีลักษณะเป็นตัวกลางทำให้ที่เชื่อมโยงระหว่างทั้งสองแนวคิดนั้น โดยมุ่งเน้นพลังของผู้ประกอบการรายใหม่ ๆ ที่มีจุดมุ่งหมายทางสังคมในฐานะพลเมือง (OECD, 2013)

จากที่กล่าวมาข้างต้น กิจกรรมเพื่อสังคมเป็นองค์กรที่มีรูปแบบทางกฎหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางสังคมและเศรษฐกิจ กิจกรรมเพื่อสังคมโดยทั่วไปเป็นองค์กรมีส่วนร่วมในการให้บริการทางสังคมและบริการด้านการดำเนินงานร่วมกับกลุ่มที่ด้อยโอกาสและ ชุมชนไม่ว่าจะเป็นในเขตเมืองหรือชนบท ทั้งนี้ ด้วยความแตกต่างกันของแต่ละประเทศนั่นเอง OECD (2013) ได้ศึกษาลักษณะของกิจกรรมเพื่อสังคมบนพื้นฐานความแตกต่างของแต่ละประเทศที่เป็นสมาชิก OECD โดยระบุความเป็นกิจกรรมเพื่อสังคม อาศัยเกณฑ์ทางเศรษฐกิจและเกณฑ์ทางสังคม ดังต่อไปนี้

2.1.1 ตัวบ่งชี้ความเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมอาศัยเกณฑ์ทางเศรษฐกิจ

- (1) กิจกรรมเพื่อสังคมเป็นกิจกรรมที่มีส่วนร่วมโดยตรงในการผลิตหรือการขายสินค้าและบริการ ซึ่งแตกต่างจากองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรแบบดั้งเดิมที่เน้นการให้คำปรึกษาและการจัดหาทุน (Smith & Darko, 2014)
- (2) กิจกรรมเพื่อสังคมถูกสร้างและจัดการโดยกลุ่มคนด้วยความสมัครใจ ผลตอบแทนที่ได้รับอาจอยู่ในรูปเงินทุนและเงินบริจาคจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนผู้ประกอบการทางสังคม ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีความเป็นอิสระสูงผู้ถือหุ้นมีสิทธิในการเข้าร่วมและออกจากองค์กรได้อย่างอิสระ (Smith & Darko, 2014)
- (3) กระแสการเงินของกิจกรรมเพื่อสังคมขึ้นอยู่กับความพยายามของสมาชิกที่มีความรับผิดชอบในการสร้างความมั่นใจว่ามีทรัพยากรทางการเงินที่เพียงพอในการดำเนินกิจการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ แตกต่างจากสถาบันสาธารณะส่วนใหญ่ที่อาจไม่เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ
- (4) กิจกรรมที่ดำเนินการโดยกิจกรรมเพื่อสังคมต้องมีจำนวนแรงงานที่ต้องเสียค่าแรงขั้นต่ำ พนักงานอาสาที่สมัครใจร่วมงานและพนักงานที่ได้รับค่าจ้าง

2.1.2 ตัวบ่งชี้ความเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมอาศัยเกณฑ์ทางสังคม

- (1) กิจกรรมเพื่อสังคมเกิดขึ้นมาจากการริเริ่มโดยพลเมืองที่มีเกี่ยวข้องระหว่างผู้คน ชุมชนหรือกลุ่มที่มีความต้องการหรือเป้าหมายในการบรรลุวัตถุประสงค์ทางสังคม (OECD, 2013; Smith & Darko, 2014)

- (2) การตัดสินใจในการดำเนินกิจการเพื่อสังคมอาศัยหลักการ'หนึ่งคน หนึ่งเสียง' แม้ว่าเจ้าของทุนในธุรกิจเพื่อสังคมจะมีบทบาทสำคัญ แต่อำนาจการตัดสินใจไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเป็นเจ้าของทุน
- (3) กิจการเพื่อสังคมเป็นการมีส่วนร่วมตามธรรมชาติ トラบเท่าที่ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากกิจกรรม (ผู้ใช้บริการทางสังคม) ยังมีส่วนร่วมในการจัดการกิจกรรมอยู่ วัตถุประสงค์หนึ่งจากหลาย ๆ กรณี คือ การเสริมสร้างประชาธิปไตยในระดับท้องถิ่นผ่านกิจกรรมทางเศรษฐกิจ
- (4) กิจการเพื่อสังคม เป็นองค์กรที่มีความจำกัดในการกระจายผลกำไรและองค์กรในลักษณะสหกรณ์ซึ่งอาจแจกจ่ายกำไรในระดับที่จำกัด กิจการเพื่อสังคมจึงหลีกเลี่ยงที่จะดำเนินการเพิ่มผลกำไรสูงสุด เนื่องจากการกระจายกำไรที่จำกัดนั่นเอง
- (5) กิจการเพื่อสังคมมีเป้าหมายอย่างชัดเจนในการทำประโยชน์ต่อชุมชน หรือกลุ่มเฉพาะคนโดยการทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นการส่งเสริมความรู้สึกของความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับท้องถิ่น

Lee (2012) ได้เสนอทัศนะเกี่ยวกับประโยชน์ของกิจการเพื่อสังคม โดยมุ่งเน้นการท่องเที่ยว กล่าวคือ ความรักดีของลูกค้าและฐานลูกค้า ถือเป็นจุดแข็งของกิจการทางสังคม เนื่องจากพันธกิจของกิจการเพื่อสังคมเป็นประโยชน์ต่อชุมชน ในด้านการให้บริการทางสังคม การสร้างงาน สิ่งแวดล้อมและประเด็นทางสังคม เกิดเป็นแรงกระตุ้นและจูงใจให้ลูกค้าและผู้มีส่วนร่วมได้รู้สึกว่าการมีส่วนร่วมในการสร้างสิ่งที่มีคุณค่าต่อสังคม นอกจากนี้ยังทำให้เกิดความไว้วางใจในกิจการ ซึ่งจะช่วยให้มีการช่วยเหลือด้านการเงิน การมีส่วนร่วมบริจาค อาสาสมัครและการสนับสนุนอื่น ๆ เพิ่มขึ้น อันเป็นผลดีต่อการสร้างผลประโยชน์ใหม่ ๆ ให้กับชุมชนและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น

ความต้องการของท้องถิ่นจะได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพเมื่อคนในท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการเอง ดังนั้น เมื่อกิจการเพื่อสังคมถูกสร้างขึ้นโดยมุ่งเน้นในการตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ก็จะมีโอกาสที่ประสบความสำเร็จมากขึ้น นอกจากนี้ กิจการเพื่อสังคมนับว่าเป็นทรัพยากรหนึ่งที่สำคัญที่เปิดให้คนในชุมชนเข้าถึงและได้รับประโยชน์ที่กว้างขวางมากขึ้น กิจการเพื่อสังคมจะได้รับความไว้วางใจนำไปสู่ความสามารถในการแก้ไขและพัฒนาประเด็นต่าง ๆ ในชุมชนด้วยกลไกภายในชุมชนเอง (Angove, 2012) สำหรับ ในระดับบุคคลที่มีวิสัยทัศน์หรือความคิดเพื่อช่วยเหลือผู้อื่นหรือมีสาเหตุทางสังคมอื่น ๆ อาจารย์เริ่มสร้างกิจการเพื่อสังคมขึ้นมาใหม่ เช่น โครงการสร้างพลังงานสีเขียวหรือการทำงานด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

กรณีศึกษาที่ 1 กิจกรรมเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยว Grand Canyon Skywalk

Rebutin (2009) ได้กล่าวถึงการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยว Grand Canyon Skywalk ที่ตั้งอยู่ที่รัฐแอริโซนา สหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแกรนด์ แคนยอน เวสต์บริหารจัดการโดย ชนเผ่าฮัวลาพาย (Hualapai Tribe) ชนเผ่าพื้นเมืองอเมริกันที่ได้เปิดพื้นที่ของเผ่าให้นักเดินทางเข้ามาได้บ้างในบางเวลา

เผ่าฮัวลาพายมีถิ่นฐานตั้งอยู่บนถนน West Rim ฝั่งตะวันตกเฉียงใต้บนพื้นที่กว่า 30% ของแกรนด์ แคนยอน หรือกว่า 1,000,000 เอเคอร์ ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณดังกล่าวมีจำนวนประมาณ 2,100 คน ประกอบด้วยชนเผ่าฮัวลาพาย ประมาณ 1,500 คน และที่เหลือเป็นชาวเผ่าอื่น ๆ ที่เข้ามาพักอาศัยในพื้นที่ เมืองหลักเผ่าฮัวลาพาย คือเมืองพีชสปริงส์ (Peach Springs) ที่กำลังประสบปัญหาการว่างงานกว่า 50% นอกจากนี้ชาวเมืองยังประสบปัญหาโรคพิษสุราเรื้อรัง โรคอ้วนและโรคเอดส์

ชนเผ่าฮัวลาพายได้เลือกการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้หลัก ซึ่งมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตแบบพึ่งพาอาศัยของพวกเขาเอง อาทิ การล่าสัตว์ ปศุสัตว์ การล่าสัตว์ การตัดไม้ และการแกะสลัก ศิลปะพื้นบ้านทั้งแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ ทั้งนี้ รายได้จากแกรนด์ แคนยอน เวสต์สามารถนำมาใช้จ่ายเพื่อสนับสนุนโรงเรียน ถนนและบริการทางสังคมอื่น ๆ ที่เผ่าอาศัยจากความต้องการแก้ไขสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมและกระตุ้นการพัฒนาการท่องเที่ยว ชนเผ่าฮัวลาพายได้สร้างองค์การทางสังคมเพื่อการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Skywalk ซึ่งเป็นทางเดินกระจกที่แขวนอยู่เหนือหุบเขาที่มีความสูงประมาณ 1,220 เมตร สามารถรองรับผู้เข้าชมได้ครั้งละ 120 คน สามารถต้านทานแรงสั่นสะเทือน 8 แมกนิจูด และรองรับความแรงลมสูงสุดที่ 160 กม. / ชม. โดยได้รับทุนสนับสนุนจากชนเผ่าฮัวลาพายร่วมกับนักธุรกิจจีน – อเมริกัน เปิดให้สาธารณชนเข้าชมเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2550

การเดินทางไปสู่ Skywalk อนุญาตให้โดยสามารถโดยสารรถโค้ชของพื้นที่เท่านั้น โดยมีค่าใช้จ่าย 30 เหรียญ และมีค่าธรรมเนียมการเดินทางในฮัวลาพายอีก 45 เหรียญ คิดเป็นค่าใช้จ่ายทั้งหมด 75 เหรียญต่อคนที่นี้ไม่อนุญาตให้นักท่องเที่ยวถ่ายรูป อย่างไรก็ตามมีสถานีถ่ายภาพ 3 แห่งและสามารถถ่ายรูปได้ที่ร้านขายของที่ระลึกในราคา 29 เหรียญ จำนวนผู้เข้าชมต่อวันเพิ่มขึ้นสามเท่าตั้งแต่เปิด Skywalk จากวันละ 500 คน เป็นวันละ 1,500 คน ทั้งนี้ สมมติว่าผู้เข้าชมแต่ละรายถ่ายรูปที่สถานี ดังนั้น รายได้ต่อวันของ Skywalk จะเท่ากับประมาณ 156,000 เหรียญสหรัฐ 4.680 ล้านเหรียญต่อเดือนและ 55.536 ล้านเหรียญต่อปี หมายความว่าต้นทุนการก่อสร้าง 31 ล้านเหรียญ จะสามารถคืนทุนภายในหนึ่งปี Skywalk ดำเนินงานโดย Hualapai Enterprise ซึ่งประกอบด้วยคณะกรรมการอิสระ ชนเผ่าที่มีความสนใจในธุรกิจ และบุคคลภายนอก ได้รับการจัดหาเงินทุนสนับสนุนจากสถาบันการเงินของรัฐแอริโซนาและมีการจ้างงานเต็มเวลาผ่านโครงการของรัฐบาล

หลังจากการเปิดให้เข้าเยี่ยมชม Skywalk ไปแล้ว 1 ปี มีนักท่องเที่ยวเข้ามาถึงแกรนด์ แคนยอน เวสต์ แล้วกว่า 5 แสนคน และใช้จ่ายระหว่าง 100 ถึง 400 เหรียญต่อคน เป็นผลทำให้ชาวฮัวลาพายมีงานทำและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น นอกจากนี้มีการขยายสนามบินและสร้างศูนย์นักท่องเที่ยวร้านค้าร้านอาหารและพิพิธภัณฑ์สามชั้นที่ทางเข้า Skywalk ตลอดจนการแทนที่เครื่องกำเนิดไฟฟ้าดีเซลด้วยพลังงานลมและพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อสร้างที่อยู่อาศัยในบริเวณใกล้เคียงมากขึ้น รวมทั้งการทำถนนระยะทาง 18 ไมล์ไปสู่แกรนด์ แคนยอน เวสต์ นับเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของชนเผ่าฮัวลาพายให้ดีขึ้นอย่างประสบความสำเร็จ

กรณีศึกษาที่ 2 กิจการเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยว Kuku Yalanji Dreamtime Tours

Rebutin (2009) ได้อธิบายตัวอย่างกิจการเพื่อสังคมด้านการท่องเที่ยว Kuku Yalanji Dreamtime Tours ในประเทศออสเตรเลีย เป็นโปรแกรมการรับรองที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวแห่งออสเตรเลีย (Australian Tourism Accreditation Standard) ซึ่งคำนึงถึงการรักษาวินัยธรรม สิ่งแวดล้อม และสังคม การจัดการมาจากการวางแผนโดยชุมชน ที่ขับเคลื่อนเพื่อให้วัตถุประสงค์ของธุรกิจจากมุมมองของชนพื้นเมือง ทำให้ผู้ดำเนินการได้กลายเป็นผู้ให้บริการท่องเที่ยวในระดับชั้นนำและได้รับรางวัล Tourism Tropical North Queensland Award เป็นลำดับที่สามในปีพ.ศ. 2551

Kuku Yalanji Dreamtime Tours เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอะบอริจิน ตั้งอยู่ห่างจากเมืองแคนส์ในอุทยานแห่งชาติ Daintree ประมาณ 75 กิโลเมตรทางตอนเหนือ ซึ่งเป็นพื้นที่ดั้งเดิมของชาว Kuku Yalanji ชาวพื้นเมืองได้ดำเนินธุรกิจนำเที่ยวตามแนวเส้นทางแบบดั้งเดิมผ่านป่าดิบเขา พร้อมการนำเสนอเรื่องราวทางวัฒนธรรม ความรู้และทักษะของชาวพื้นเมือง รวมทั้งการเล่าเรื่องในความฝันมากมาย นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับพืชสมุนไพร ผลไม้และอาหาร วิธีสร้างที่พักพิงและทำสีสำหรับงานพิธีแบบดั้งเดิม

การจ้างแรงงานที่มีพนักงานทั้งหมดเป็นชาวบามา (ชาวอะบอริจินท้องถิ่น) และผลประโยชน์ทั้งหมดถูกนำมาใช้ในการลงทุนใหม่ภายในชุมชน ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงมีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูวัฒนธรรม อนุรักษ์ความรู้ดั้งเดิม ด้วยการจ้างงานและการเป็นฐานเศรษฐกิจเพื่อฟื้นฟูชุมชนในท้องถิ่น และช่วยให้ชุมชนสามารถปรับตัวเข้ากับสังคมยุคใหม่ได้มากขึ้น นอกจากนี้ Kuku Yalanji Dreamtime ยังมีความตระหนักและดำเนินการด้านคาร์บอนเครดิต การปลูกป่าและกิจกรรมเกี่ยวกับคาร์บอนเครดิตเพื่อคุณภาพชีวิตของชนพื้นเมืองด้วย

กรณีศึกษาที่ 3 กิจการเพื่อสังคม Aspire

Department of Trade and Industry (2002) สหราชอาณาจักร กล่าวถึงกรณีศึกษา Aspire ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการเพื่อสังคมที่ก้าวล้ำที่สุดในสหราชอาณาจักรและมีการดำเนินงานที่ท้าทายในการแก้ปัญหาคนเร่ร่อน กิจการได้สร้างการจ้างงานเต็มเวลาให้กับผู้ที่มีที่พักอาศัยและคนเร่ร่อน ภายในระยะเวลาเพียงประมาณ 30 เดือน กิจการได้จ้างคนเร่ร่อนกว่า 150 คน และมีการย้ายที่อยู่เพื่อการทำงานเต็มเวลา กว่า 60% ลูกจ้างหลายคนได้รับการประกันเงินเดือน รวมทั้งที่มีโอกาสเช่าที่พักอาศัยที่มีความเป็นส่วนตัว ทั้งนี้สามารถพบพนักงานของ Aspire ได้ทั้งในร้านอาหารโรงแรมโรงงานศูนย์บริการคลั่งคลั่ง และที่จอดรถสำนักงาน

2.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน

แนวคิดการท่องเที่ยวตามชุมชน (Community-Based Tourism) ถือเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ชุมชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการ และจัดการ รวมทั้งการประสานงานต่างเพื่อสร้างความอยู่ที่ดีขึ้น สนับสนุนป้องกัน และสร้างความยั่งยืนให้แก่คุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณี แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่เป็นธุรกิจขนาดเล็กภายใต้การจัดการของชุมชน ด้วยการนำเสนอสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริการจัดการท่องเที่ยวและสร้างความเติบโตในด้านของความเป็นอยู่ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้เกิดขึ้นในทิศทางที่ดีอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังให้ประโยชน์ไปถึงธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือคอยสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วย (ASEAN Secretariat, 2016)

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการอนุญาตให้ชุมชนสามารถสร้างข้อกำหนดเพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของชุมชนได้ รวมถึงการสร้างรายได้ อาทิ การเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชม หรือการให้บริการต่าง ๆ ซึ่งมักจะเก็บผ่านการสร้างกิจกรรมในท้องถิ่น ด้วยการจัดงานเฉลิมฉลอง งานประเพณีท้องถิ่น นำเสนอวิถีชีวิต วัฒนธรรม และธรรมชาติของชุมชน โดยรายได้ที่เกิดขึ้นนั้นจะถูกแบ่งสรรให้แก่ชุมชนอย่างเป็นธรรม โดยชุมชนส่วนใหญ่มักจะนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวในเชิงเกษตร ด้วยสินค้าและบริการในท้องถิ่นนั้นให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่กระจายรายได้ให้แก่ชุมชนได้เป็นอย่างดี

จากที่กล่าวมาข้างต้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงมีลักษณะที่แบ่งองค์ประกอบได้ 10 องค์ประกอบ (ASEAN Secretariat, 2016) ดังนี้

- 1) ชุมชนจะต้องมีความเป็นเจ้าของและมีอำนาจในการจัดการบริหารอย่างโปร่งใสได้ด้วยตัวเอง
- 2) สามารถสร้างความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียได้

- 3) ได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 4) ปรับปรุงสวัสดิการของคนในชุมชนให้ดีขึ้น และสามารถรักษาศักดิ์ศรีของชุมชนได้
- 5) สามารถจัดสรรแบ่งผลประโยชน์ให้แก่คนในชุมชนได้อย่างโปร่งใส
- 6) สามารถสร้างการเชื่อมโยงระหว่างชุมชน และภูมิภาคได้
- 7) สามารถรักษาประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้
- 8) มีส่วนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน
- 9) มีการพัฒนาของการเป็นเจ้าบ้านที่ดีของชุมชน และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยวเสมอ
- 10) สามารถสร้างให้เกิดรายได้พึ่งพาตนเองได้

นอกจากองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้ว การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังมีความสำคัญ 3 ประการสำคัญ (The Mountain Institute, 2000) คือ

1) สามารถช่วยให้ชุมชนมีประสิทธิภาพในการอนุรักษ์และพัฒนานโยบายที่ใช้ในการป้องกันและรักษาทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนได้อย่างเข้มงวด หากปราศจากความร่วมมือจากคนในชุมชนแล้วการท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่อาจสูญหายหรือถูกทำลายได้ (Brandon, 1996)

2) การตัดสินใจทั้งการบริหารและการจัดการเงินทุนด้วยคนในท้องถิ่นนั้น สามารถเป็นการเสริมสร้างทักษะ เพิ่มพูนความรู้และประสบการณ์ของคนในท้องถิ่นเองทำให้เกิดความยั่งยืนของการบริหารในระยะยาว

3) การท่องเที่ยวในรูปแบบปกติเปรียบเสมือนการค้าผูกขาดในพื้นที่นั้น และเป็นการสะสมผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นตัวเลือกที่ดีที่สามารถแบ่งปันผลประโยชน์ได้อย่างเป็นธรรม และช่วยลดการรั่วไหลของชุมชนได้อีกทางหนึ่งด้วย

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องทราบถึงจุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีได้มุ่งไปสู่การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ หรือการเชื่อมโยงการพัฒนาเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่จะเน้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และการบรรเทาความยากจนด้วย ดังนั้นการกระทำที่จะสร้างให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงจำเป็นต้องมีจุดประสงค์พื้นฐานที่สามารถประเมินและติดตามผลได้ ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงควรมีสสมมติฐาน ต่อไปนี้

1) การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องสามารถเพิ่มหรือปรับปรุงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม เช่น ความหลากหลายทางชีวภาพทั้งในน้ำ ป่าไม้ และภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว และก่อผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ส่งผลดีต่อชุมชน โดยมีส่วนร่วมจากคนในชุมชน

3) การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมีรูปแบบความร่วมมือการสร้างความคิดด้วยตัวเอง (Self Mobilization) โดยที่รูปแบบของการมีส่วนร่วมสามารถแบ่งได้ออกเป็นทั้งหมด 7 รูปแบบ (Pretty, Guijt, Scoones, & Thompson, 1995) ได้แก่

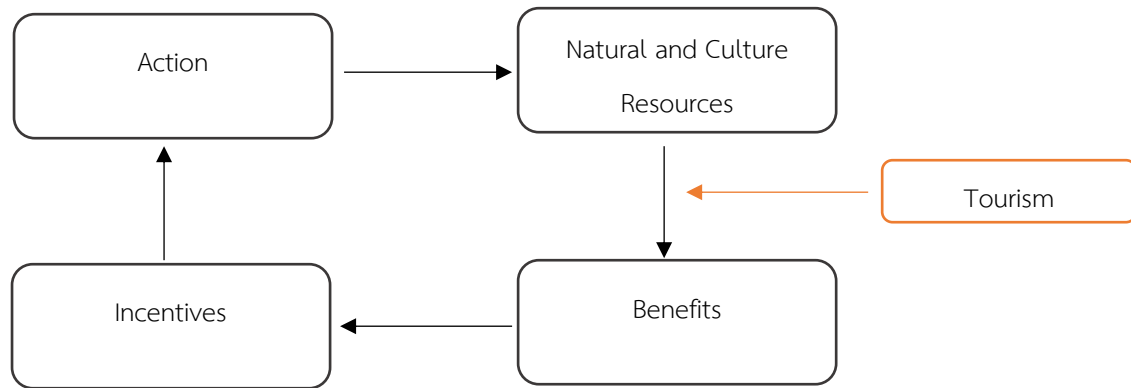
- (1) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้รับ (Passive Participation) คือ การมีส่วนร่วมในรูปแบบของการเข้าร่วมในลักษณะของการรับรู้ข้อมูล หรือติดตาม ทั่วๆไปได้ถูกพิจารณาไปแล้วเท่านั้น
- (2) การมีส่วนร่วมในฐานะผู้ให้ข้อมูล (Participation in Information Giving) คือ การมีส่วนร่วมในการให้คำตอบสำหรับการแก้ไขปัญหา ซึ่งผู้ให้คำตอบไม่มีอำนาจที่จะเปลี่ยนแปลงนโยบาย หรือการบริหารและมักจะอยู่ในรูปแบบการสัมภาษณ์
- (3) การมีส่วนร่วมในระดับการปรึกษา (Participation by Consultation) คือ การให้คำปรึกษาเพื่อแก้ไขปัญหา และให้น้ำหนักความสำคัญของการให้คำปรึกษา แต่จะไม่ได้มีผลชัดเจนในการตัดสินใจต่อการจัดการและการบริหาร เป็นเพียงข้อมูลร่วมที่ใช้ในการตัดสินใจเท่านั้น
- (4) การมีส่วนร่วมในระดับการจัดการ (Participation for Management) คือ การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารคน มีส่วนร่วมในการเลือกวัสดุ การบริหารจัดการงานเงินทุน หรือเลือกรูปแบบการบริการที่จะนำเสนอ ซึ่งในระดับนี้ผู้เข้าร่วมไม่ได้เข้าร่วมตั้งแต่ก่อตั้ง
- (5) การมีส่วนร่วมในการทำงาน (Functional Participation) คือ การมีส่วนร่วมตั้งแต่การก่อตั้งกิจกรรม กำหนดจุดมุ่งหมายพันธกิจ และมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจบริหาร
- (6) การมีส่วนร่วมเชิงโต้ตอบ (Interactive Participation) คือ การมีส่วนร่วมในระดับการสร้างข้อมูล และการวิเคราะห์นโยบาย รวมถึงการนำไปปฏิบัติใช้จริงซึ่งจะเริ่มจากการค้นหามุมมองต่าง ๆ จากท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจ และพิจารณาร่วมกับข้อมูลที่ได้รับจากท้องถิ่น
- (7) การสร้างความคิดด้วยตัวเอง (Self Mobilization) คือ การสร้างความร่วมมือที่เป็นอิสระปราศจากการแทรกแซงจากภายนอก มีการสร้างการพัฒนาระบบงาน การติดต่อกับหน่วยงานภายนอก และปัจจัยการผลิต โดยที่ยังมีการควบคุมทรัพยากรที่ใช้อยู่

4) การท่องเที่ยวโดยชุมชน จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อผู้มาเยือน และมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากให้บริการ หรือขายสินค้าของชุมชนนั้น

ดังนั้น ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการผนวกรวมของเหตุผล และจุดประสงค์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งจะก่อให้เกิดการอนุรักษ์ และการพัฒนาให้เกิดขึ้นกับชุมชน ทั้งทำให้ชุมชนสามารถจัดสรรกำไร สร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสร้างความเป็นปึกแผ่นของชุมชนได้ดี รวมถึงทำให้เกิด

แรงจูงใจในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมของชุมชนอีกด้วย ซึ่งสามารถอธิบายรูปที่ 2 ได้ดังต่อไปนี้

ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากร และกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน



เมื่อชุมชนเริ่มต้นกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Action) ชุมชนจะต้องคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Natural and Cultural Resources) ว่าสามารถนำเสนอรูปแบบการให้บริการหรือสินค้าของชุมชนแก่นักท่องเที่ยวอย่างไร เมื่อมีผลกำไร (Benefits) ที่เกิดขึ้นจากการนำเสนอบริการหรือสินค้าของชุมชนแล้ว ชุมชนก็จะสามารถสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจ และบรรเทาความยากจนที่เกิดขึ้นในชุมชนได้ ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างแรงจูงใจ (Incentives) ในการนำเสนอ และพัฒนาสินค้าและบริการของชุมชนให้ดีขึ้นต่อไป

กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีชุมชนบาริโอ ประเทศมาเลเซีย

Asker, Boronyak, Carrard, & Paddon (2010) ได้เสนอความสำเร็จของชุมชนบาริโอ (Bario) ซึ่งเป็นหมู่บ้านของชาวคาลีบิต (Kelabit people) รัฐซาราวะก์ (Sarawak) บนเกาะบอร์เนียว สหพันธรัฐมาเลเซีย อยู่ห่างไกลจากความเจริญล้อมรอบไปด้วยป่าดิบชื้นเทือกเขาคีลาบิต (Kelabit)

รูปแบบการท่องเที่ยวของชุมชนบาริโอ เริ่มต้นจากการเข้ามาเยี่ยมเยือนของผู้ใหญ่บ้านชุมชนข้างเคียงที่อยู่ใกล้ชุมชนบาริโอ ซึ่งการมาเยี่ยมเยือนครั้งนั้นเป็นการมาพักฟรี และทำให้ครอบครัวของหัวหน้าชุมชนบาริโอเกิดปัญหาทางการเงิน ดังนั้น บุตรชายของผู้ใหญ่บ้านชุมชนบาริโอจึงริเริ่มความคิดที่จะทำเกสเฮ้าส์ (Guest House) ขึ้นในชุมชนบาริโอ หลังจากนั้นการเกิดขึ้นของเกสเฮ้าส์ ทำให้ได้รับความสนใจจากนิตยสารโลนลี่แพลนเน็ต (Lonely Planet Magazine) ทำให้นักท่องเที่ยวเริ่มมาสู่ชุมชนบาริโอ

ชาวชุมชนบาริโอยังคงอาศัยอยู่ในรูปแบบดั้งเดิมที่เคยเป็นมา นักท่องเที่ยวสามารถเข้าอยู่กับครอบครัวในชุมชนเสมือนสมาชิกของชุมชน ซึ่งเจ้าบ้านจะสามารถทำเงินได้จากการเปิดบ้านให้พักอาศัย เป็นผู้

แนะนำการเดินทาง บริการขนส่งและอาหารให้นักท่องเที่ยว มีการจัดแสดงงานศิลป์ และร้านขายงานหัตถกรรมรวมทั้งมีกิจกรรมที่ออกแบบโดยชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้การอยู่รอดในป่าชุมชน การเรียนรู้การทำเครื่องประดับ การเดินป่าแบบดั้งเดิม และเยี่ยมชมเหมืองเกลือโบราณของชุมชน

ชุมชนบาริโอได้เกิดการพัฒนาโดยการนำอินเทอร์เน็ต คอมพิวเตอร์ และโทรศัพท์เข้าสู่หมู่บ้านภายใต้โครงการ E-Bario ซึ่งเป็นโครงการที่สามารถทำให้ชุมชนพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ดีขึ้น และทำให้ชุมชนบาริโอได้เป็นเจ้าภาพโครงการความรู้ E-Bario ภายใต้การดูแลของโครงการพัฒนาแห่งสหประชาชาติ (United Nations Development Program) ซึ่งเป็นการประชุมทางอินเทอร์เน็ตจากหลายฝ่าย โดยชุมชนบาริโอได้นำเสนอการใช้เทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารให้เกิดประโยชน์ และสอดคล้องกับประเพณีและวัฒนธรรมของพวกเขาเอง นอกจากนี้โครงการ E-Bario ยังเป็นแบบอย่างของการใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาให้สอดคล้องกับประเพณี และวัฒนธรรมของพวกเขา ที่ได้พิจารณาไว้ในแม่บทของแผนพัฒนาประเทศมาเลเซีย ฉบับที่ 9 เพื่อให้ส่วนต่าง ๆ ของสังคมได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยี

การท่องเที่ยวโดยชุมชนบาริโอกลายเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างรากฐานที่ดีทางเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งนำไปสู่การก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กหลายแห่ง และสร้างงานให้แก่คนในชุมชนโดยเฉพาะแรงงานสตรี กิจกรรมทางเศรษฐกิจเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างรากฐานทางเศรษฐกิจที่ดีให้เท่านั้น แต่ยังช่วยดึงดูดชาวต่างชาติให้เข้ามาในชุมชน และสนใจให้คนหนุ่มสาวยังคงอยู่ในท้องถิ่น เพิ่มจำนวนตำแหน่งงานให้คนในท้องถิ่น และสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ป่าผืนนี้ให้เป็นที่ทำกินต่อไป

แม้ว่าชุมชนบาริโอจะประสบความสำเร็จในการสร้างความเติบโตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ยังมีความท้าทายของชุมชนที่ต้องเผชิญอยู่ในเรื่องของการเดินทาง หรือขนส่งเข้าสู่ชุมชน เนื่องจากการเดินทางสู่บาริโอเป็นไปด้วยความยากลำบาก โดยเฉพาะการเดินทางทางอากาศ รวมทั้งถนนเข้าสู่ชุมชนที่ยังเป็นมีความอันตรายและใช้เวลาเดินทางที่ค่อนข้างนาน

สิ่งที่ชุมชนบาริโอสร้างขึ้นนั้นก่อให้เกิดความร่วมมือกันในชุมชนมากกว่าการแข่งขันกันเอง การพัฒนาระบบสารสนเทศในการบริการชุมชนเพื่อบริการการท่องเที่ยวเติบโตขึ้นและมีการจัดตั้งกรรมการชุมชน เพื่อสนับสนุนการใช้ข้อมูลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน รวมทั้งกำหนดมาตรฐานการท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้น ผลที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนเท่านั้น แต่ยังได้ช่วยให้คุณภาพชีวิตของชาวบ้านดีขึ้น และช่วยรักษาคุณค่าของประเพณี และวัฒนธรรมให้คงอยู่ในชุมชนต่อไป

2.3 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้จากแหล่งกิจกรรมและวัฒนธรรมการเกษตรในชนบท ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการเกษตรโดยที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความรับผิดชอบต่อสังคม การท่องเที่ยวนั้นถือเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานคนเป็นหลักซึ่งทำให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม (Shembekar & Joshi, 2016) ซึ่งแนวคิดท่องเที่ยวเชิงเกษตรมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มรายได้ของเกษตรกรและคุณภาพชีวิตของสังคมในชนบท ก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่ดี ช่วยลดการย้ายถิ่นของแรงงานจากรายได้ที่เพิ่มขึ้น ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านวิธีการการตลาดทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มผลประโยชน์ทางสังคมให้แก่สังคมเกษตรกรรม

ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวชนบทและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอาจมีความคล้ายคลึงกัน แต่การท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นมีความหมายเฉพาะที่เกี่ยวกับการให้บริการ สร้างความพอใจที่จัดโดยเกษตรกรซึ่งสามารถเป็นแหล่งรายได้เสริมจากการทำกิจกรรมได้อีกทางหนึ่ง (Zoto, Qirici, & Polena, 2013)

ทั้งนี้ คุณสมบัติทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือ จะต้องให้บริการนักท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดให้ใช้ชีวิตในวิถีแบบเกษตรกรไม่ว่าจะเป็นการจัดที่พักในรูปแบบของเกษตรกร กิจกรรมทางประเพณีทางวัฒนธรรมและประเพณีของครอบครัวเกษตรกร ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย ความสงบ และความเป็นธรรมชาติที่ไม่สามารถหาได้จากสังคมเมือง เพราะเหตุนี้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรจึงมีความเป็นไปได้ยากที่จะทำให้เป็นการท่องเที่ยวตามกระแส (Mass Tourism)

กรณีศึกษาจากประเทศออสเตรเลียฟาร์ม Bio-Pferdehof Fabian เป็นฟาร์มที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสัมผัสกับวิถีชีวิตชาวไร่ โดยครอบครัว Franz Fabian นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้การขี่ม้า ตีมีดกับธรรมชาติ และการปั่นจักรยานในชนบท รวมทั้งกิจกรรมล่องแก่งไฟ การย่างบาร์บีคิวพร้อมอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวของเกษตรกรรายนี้สามารถสร้างรายได้เสริมให้แก่ครอบครัวในช่วงเวลาระหว่างการเพาะปลูกและเก็บเกี่ยวได้

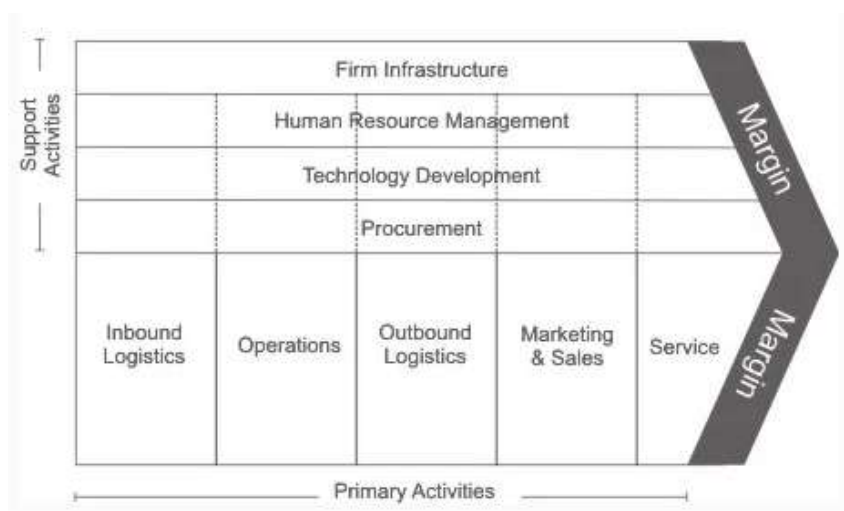
กรณีศึกษาในประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรในจังหวัดเชียงรายไว้ 1 แห่ง คือ ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรที่สูงเชียงราย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่ตั้งอยู่บนดอยช้าง ที่แต่เดิมเป็นแหล่งป่าเสื่อมโทรมจากการทำเกษตรเลื่อนลอย ต่อมาได้มีการส่งเสริมการปลูกกาแฟให้แก่ชาวเขาเพื่อที่จะสร้างรายได้ ลดการทำลายป่าไม้บนดอยช้าง ปัจจุบัน ดอยช้างมีพื้นที่ไร่กาแฟมากกว่า 25,000 ไร่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางขึ้นไปท่องเที่ยวที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรที่สูงเชียงราย จะได้สัมผัสกับกาแฟชั้นดีที่ชาวบ้านเพาะปลูก พร้อมทั้งได้ชมสวนกาแฟ วิธีการเก็บเกี่ยว จนไปถึงได้เรียนรู้วิธีการคั่วกาแฟด้วย นอกจากนี้ยังมีสถานที่ที่น่าสนใจ อาทิ สวนพรรณไม้หอมเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ ฯ ซึ่งมีพรรณไม้ที่สวยงามปลูกไว้อย่างเป็นระเบียบและเป็นจุดที่สามารถชมพระอาทิตย์ตกดินที่สวยงาม

2.4 ห่วงโซ่มูลค่าโลก

ปัจจุบันการผลิตสินค้าขึ้นมาหนึ่งชิ้น สินค้าหลายประเภทมีความจำเป็นต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากหลายแหล่ง และหลายขั้นตอนการผลิต เพื่อสร้างประสิทธิภาพการผลิตที่สูงสุดให้แก่สินค้า ซึ่งจะเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบสินค้าจนไปถึงมือผู้บริโภคหน่วยสุดท้าย โดยทุกขั้นตอนในกระบวนการจะมีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ตัวสินค้า กระบวนการนี้จะเรียกว่า ห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) หากว่าสินค้าประเภทนี้จำเป็นที่จะต้องใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ หรือขั้นตอนการผลิตส่วนอื่นที่เกิดขึ้นในต่างประเทศด้วย กระบวนการนี้จะกลายเป็น ห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chain) (กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, 2557)

แนวคิดห่วงโซ่มูลค่าโลกที่ถูกใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบันนั้นได้มีการเริ่มต้นมาจากแนวคิดของ Porter (1985) ที่ได้นำเสนอ Porter's Generic Value Chain ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2 Porter's Generic Value Chain



ที่มา : Porter (1985)

กิจกรรมทางธุรกิจที่สร้างขึ้นเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า โดยจะแบ่งออกเป็นกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน ในกิจกรรมหลักจะถูกแบ่งออกได้เป็น 5 กิจกรรม คือ กิจกรรมโลจิสติกส์ขาเข้า กิจกรรมการดำเนินงาน กิจกรรมโลจิสติกส์ขาออก กิจกรรมทางการตลาดและการขาย และการให้บริการ ส่วนกิจกรรมสนับสนุนจะแยกออกได้เป็น 4 กิจกรรม คือ ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายวิจัยทางเทคโนโลยี ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ และโครงสร้างพื้นฐานของบริษัท

Porter (1985) ได้ให้คำอธิบายกิจกรรมหลักเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างการขายการบำรุงรักษาและการสนับสนุนผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งประกอบด้วย (1) กิจกรรมโลจิสติกส์ขาเข้า คือ กระบวนการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและจำหน่ายปัจจัยภายใน ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบ และสินค้าขั้นต้นที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าทั้งหมด (2) กิจกรรมการดำเนินงาน คือกิจกรรมการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตให้เป็นสินค้า (3)

กิจกรรมโลจิสติกส์ขาออก คือ กิจกรรมที่ทำให้สินค้า หรือบริการไปถึงผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงการสร้างรูปแบบตัวแทนจำหน่าย การกระจายสินค้า รวมทั้งการขนส่ง (4) กิจกรรมทางการตลาดและการขาย คือกระบวนการที่ใช้เพื่อชักชวนกลุ่มผู้บริโภคให้เข้ามาซื้อสินค้าหรือบริการ (5) การให้บริการ คือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซ่อมบำรุงหรือบริการหลังการขายที่เกิดขึ้น โดยกระบวนการหลักที่เกิดขึ้นมาข้างต้นจะมีส่วนสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าให้เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของการสร้างสินค้าจนไปถึงมือผู้บริโภคสุดท้าย

ส่วนกิจกรรมสนับสนุนหน้าที่หลักข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากิจกรรมหลักทั้ง 4 กิจกรรมนั้น ไม่ได้มีหน้าที่ในการสร้างมูลค่าสินค้าให้เกิดขึ้นโดยตรง แต่จะเป็นกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกให้เกิดกิจกรรมหลักขึ้น มีองค์ประกอบดังต่อไปนี้

(1) ฝ่ายจัดซื้อทำหน้าที่จัดหาสิ่งจำเป็นให้แก่องค์กร ซึ่งจะต้องทำการหาผู้ผลิตสินค้าขั้นต้นที่จำเป็นต่อการผลิต และราคาขั้นต้นที่ดีที่สุดให้แก่องค์กร

(2) ฝ่ายวิจัยทางเทคโนโลยีทำหน้าที่สร้างกิจกรรมที่มีบทบาทในการจัดการความรู้ ประมวลข้อมูล รวมถึงการปกป้องความลับทางการค้าขององค์กร เพื่อก่อให้เกิดการบริการ และการผลิตที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ และลดต้นทุนของกิจกรรมหลักภายในองค์กร

(3) ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ทำหน้าที่สร้างกิจกรรมการสรรหาแรงงาน จ้าง จูงใจพนักงาน รวมทั้งรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีค่าขององค์กรเอาไว้ ซึ่งทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรมีส่วนสำคัญที่จะสนับสนุนให้กิจกรรมหลักขององค์กรบรรลุเป้าหมาย หรือล้มเหลวได้

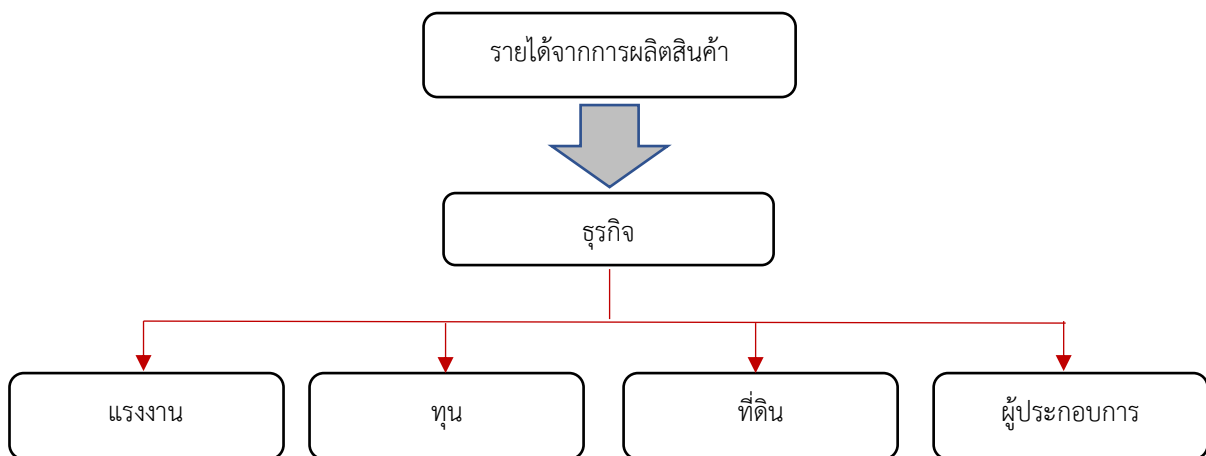
(4) โครงสร้างพื้นฐานของบริษัทเป็นระบบที่ช่วยสนับสนุนองค์กรให้สามารถดำเนินกิจกรรมหลักได้อย่างราบรื่น ที่รวมถึงการบัญชี ระบบการบริหาร ฝ่ายกฎหมาย อาคาร เครื่องมือทางสำนักงาน และระบบการจัดการทั่วไปที่ก่อให้เกิดความราบรื่นขององค์กร

2.5 การกระจายรายได้และการแบ่งสรรผลกำไร

การกระจายรายได้ (Income Distribution) สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ความหมาย คือ การกระจายรายได้ตามหน้าที่การผลิต (Factor income distribution) และการกระจายรายได้ระหว่างบุคคลหรือการกระจายรายได้ตามขนาด (Personal or size Distribution of income) ซึ่งการกระจายรายได้ตามหน้าที่การผลิต หมายถึง การกระจายรายได้ไปยังปัจจัยการผลิตหรือนำผลตอบแทนไปสู่เจ้าของปัจจัยการผลิต ซึ่งจะอยู่ในรูปแบบของรายได้ ค่าเช่า ผลกำไร หรือดอกเบี้ย ส่วนการกระจายรายได้ระหว่างบุคคลหรือการกระจายรายได้ตามขนาดจะกล่าวถึงความหมายของการกระจายรายได้ในมุมมองของการกระจายรายได้ระหว่างบุคคลหรือครัวเรือนต่าง ๆ โดยการแบ่งตามชั้นของรายได้ (Income Class) โดยไม่ได้คำนึงว่าบุคคลหรือครัวเรือนเหล่านั้นเป็นปัจจัยการผลิตหรือเจ้าของปัจจัยการผลิตประเภทใด (Piketty, 2003)

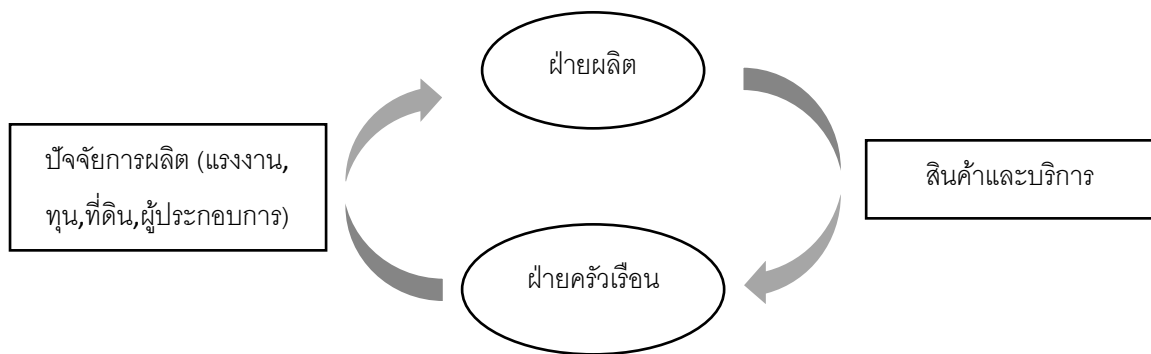
การแบ่งสรรผลกำไร (Benefit Distribution) คือส่วนหนึ่งของกิจกรรมภายในบริษัทที่มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นกำไรจากผลประกอบการให้ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนร่วมในบริษัททั้งหมด โดยประโยชน์มักจะถูกกระจายตามสัดส่วนของการถือครองหุ้นของนักลงทุน ตำแหน่ง หรือฐานเงินเดือนของพนักงานในบริษัทนั้น (Mohammed, 2011) ดังนั้นหาว่าการแบ่งสรรผลกำไรและการกระจายรายได้มาเปรียบเทียบกันแล้วจะพบว่าทั้ง 2 นิยามนี้มีความหมายที่ไปในทิศทางที่คล้ายกันแต่จะมีความต่างในส่วน (1) ขนาดของการกล่าวถึง โดยการกระจายรายได้มักจะถูกใช้ผนวกกับการอธิบายการแบ่งสรรปันส่วนทรัพยากรของสังคม ส่วนการแบ่งสรรผลกำไรมักจะถูกใช้ในการแบ่งผลประโยชน์หรือทรัพยากรเพียงแค่ว่าหนึ่งหน่วยธุรกิจเท่านั้น และ (2) ทรัพยากรที่นำมาแบ่งสรรปันส่วน ในการกระจายรายได้ทรัพยากรที่นำมาแบ่งสรรปันส่วนนั้นจะกล่าวถึงทรัพยากรทั้งหมดของสังคมส่วนการแบ่งสรรผลกำไรนั้นจะเป็นการแบ่งทรัพยากรส่วนเหลือของหน่วยธุรกิจที่เหลือจากการบริหารงานหรือผลกำไรของการประกอบการมาแบ่งกันเท่านั้น

ภาพที่ 3 การกระจายรายได้ในรูปแบบของการกระจายรายได้ตามหน้าที่การผลิต



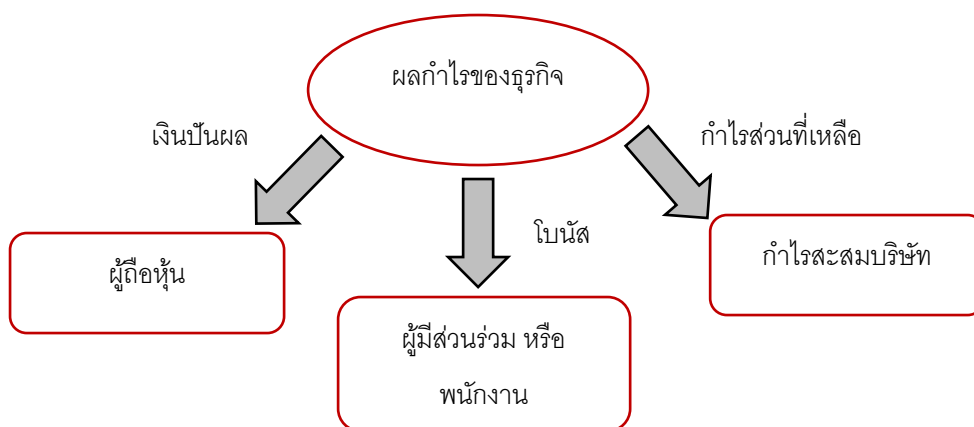
การกระจายรายได้จากการผลิตสินค้า คือ การแบ่งรายได้ให้แก่ผู้ที่ครอบครองปัจจัยการผลิตทั้ง 4 ชนิด อันได้แก่ แรงงาน เจ้าของทุน เจ้าของที่ดิน และผู้ประกอบการ ผ่านองค์กรธุรกิจที่ทำการผลิตสินค้าซึ่งแรงงานจะได้รับผลตอบแทนจากการทำงานในรูปแบบของค่าจ้าง เจ้าของทุนจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของดอกเบี้ย เจ้าของที่ดินจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของค่าเช่า และผู้ประกอบการจะได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของกำไร

ภาพที่ 4 การกระจายรายได้ในรูปแบบการกระจายรายได้ระหว่างบุคคลหรือการกระจายรายได้ตามขนาด



การกระจายรายได้ในรูปแบบการกระจายรายได้ระหว่างบุคคลหรือการกระจายรายได้ตามขนาดจะแบ่งกลุ่มผู้ได้รับประโยชน์ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ฝ่ายครัวเรือน และฝ่ายผลิต โดยที่ฝ่ายครัวเรือนมีหน้าที่ในการส่งปัจจัยการผลิตให้แก่ฝ่ายผลิต อาทิ แรงงาน ทุน ที่ดิน รวมถึงผู้ประกอบการ และฝ่ายผลิตจะตอบแทนฝ่ายครัวเรือนด้วยสินค้าและบริการให้ ซึ่งในระบบนี้การกระจายรายได้จะอยู่ในรูปแบบของสินค้าโดยที่เงินเป็นเพียงตัวกลางที่ช่วยในการอำนวยความสะดวกเท่านั้น

ภาพที่ 5 การแบ่งสรรผลกำไรของธุรกิจ



เมื่อธุรกิจมีกำไรจะถูกแบ่งสรรไปทั้งหมด 3 ด้านให้แก่ ผู้ถือหุ้นของธุรกิจ ผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงาน และกำไรสะสมของบริษัท โดยที่ผู้ถือหุ้นจะได้รับผลกำไรจากธุรกิจในรูปแบบของเงินปันผล ผู้มีส่วนร่วมหรือพนักงานจะได้รับผลกำไรในรูปแบบของโบนัส และส่วนที่เหลือการแบ่งสรรทั้ง 2 ด้านจะถูกเก็บไว้ในรูปแบบของกำไรสะสมของธุรกิจเพื่อเก็บไว้ต่อยอดในด้านต่าง ๆ ในอนาคต

2.6 การท่องเที่ยวกับการลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำ

ในการอธิบายถึงผลกระทบของการท่องเที่ยวไปสู่การกระจายรายได้ในระดับครัวเรือน งานศึกษานี้จะประยุกต์กรอบแนวคิดของ Winters (2004) ที่ได้จำแนกผลกระทบของการเชื่อมโยงจากการค้าระหว่างประเทศไปสู่การลดความยากจน โดยได้ระบุเส้นทางการเชื่อมโยงทั้งหมด 3 แนวทางได้แก่ 1) การเชื่อมโยงผ่านช่องทางขององค์กรธุรกิจหรือผ่านการจ้างงาน (Enterprise Channel หรือ Employment Channel) , 2) การเชื่อมโยงผ่านช่องทางด้านราคา (Price Channel) , และ 3) การเชื่อมโยงผ่านทางภาครัฐ (Government Channel หรือ Revenue Effect) โดยงานศึกษาในการเชื่อมโยงในแต่ละด้านค้นพบผลที่น่าสนใจดังนี้ ทั้งนี้งานศึกษานี้จะวิเคราะห์ผลกระทบจากการท่องเที่ยวในรูปแบบของการเชื่อมโยงทั้งสามดังนี้

1) การเชื่อมโยงผ่านช่องทางขององค์กรธุรกิจหรือผ่านการจ้างงาน (Enterprise Channel หรือ Employment Channel) เป็นการเชื่อมโยงที่ส่งผลไปสู่ตลาดแรงงานได้แก่ การจ้างงานและการได้รับค่าจ้าง (Employment-Wage Channel) โดยอธิบายถึงความเป็นไปได้ในการมีงานทำและค่าจ้างที่แรงงานได้รับการผลกระทบของการท่องเที่ยว โดยถ้าแรงงานทำงานในสาขาการท่องเที่ยว แรงงานคนนั้นก็เกิดโอกาสในการได้รับการจ้างงานมากขึ้นและได้รับค่าจ้างที่เพิ่มสูงขึ้น ค่าจ้างที่สูงขึ้นนี้ย่อมทำให้แรงงานสามารถบริโภคสินค้าและบริการได้มากขึ้น อันเป็นการยกระดับสวัสดิการให้สูงขึ้น

ทั้งนี้การส่งผ่านช่องทางขององค์กรธุรกิจนี้ยังสามารถถึงการจ้างงานแรงงานในแต่ละประเภทว่าแรงงานแต่ละประเภท เช่น จำแนกไปสู่แรงงานสตรี แรงงานเด็ก ผู้สูงอายุ จะได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

นอกจากนี้ยังสามารถจำแนกผลกระทบของการจ้างงานผ่านผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันได้ เช่นการจ้างงานในโรงแรม การจ้างงานในภัตตาคารและร้านอาหาร การจ้างงานในธุรกิจนำเที่ยว หรือการจ้างงานในธุรกิจที่ผลิตของชำร่วย เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แรงงานที่ทำงานในภาคการท่องเที่ยวอาจเป็นแรงงานนอกระบบ (Informal Workers) ซึ่งอาจไม่สามารถคำนวณผลตอบแทนในลักษณะของค่าจ้างได้โดยตรงเนื่องจากแรงงานในกลุ่มนี้ไม่ได้มีการว่าจ้างในลักษณะของการจ่ายเป็นเงินเดือน แต่เป็นการจ่ายค่าแรงตามรายวันหรือรายชิ้นสินค้าที่ถูกผลิต หรืออาจได้รับรายได้จากเงินค่าทิป เป็นหลัก

2) การเชื่อมโยงผ่านช่องทางด้านราคา (Price Channel)

ในส่วนของการเชื่อมโยงผ่านช่องทางการกระจาย (Distribution Channel) จะเกิดขึ้นจากการที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือผู้ผลิตในชุมชนสามารถขายสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยวในราคาที่สูงขึ้น (หรืออย่างน้อยสูงกว่าราคาที่สามารถขายได้กับผู้บริโภคไทย) นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของราคาของการ

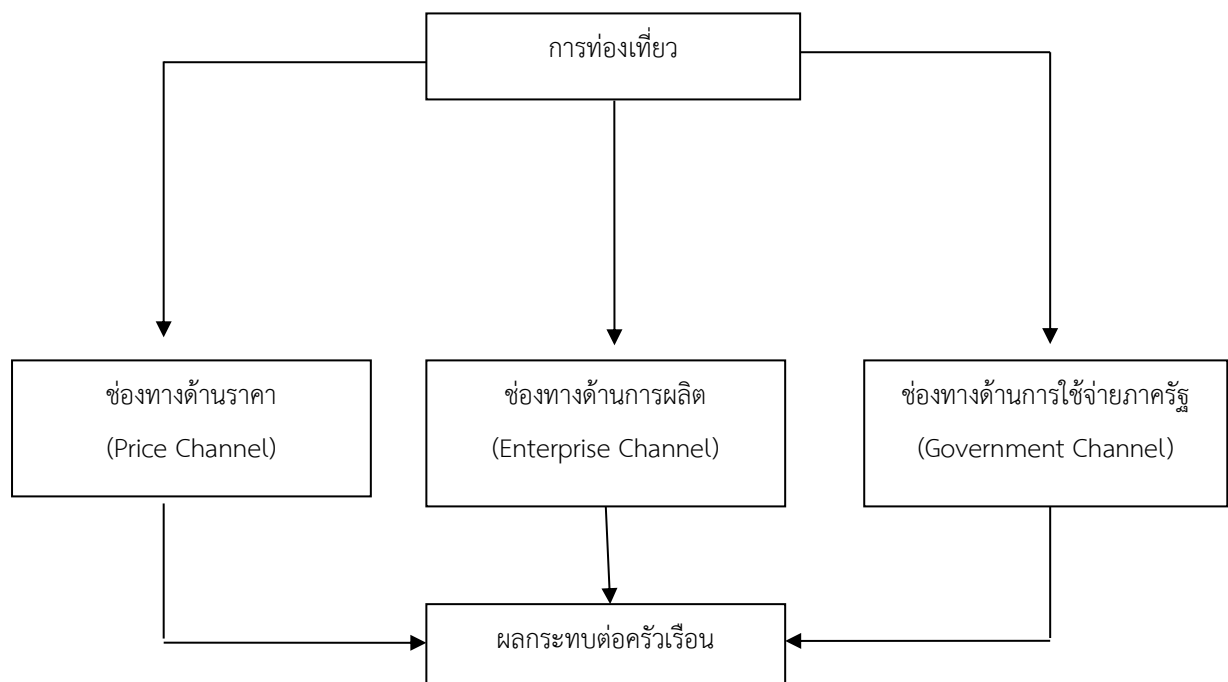
ท่องเที่ยวในตลาดโลกที่เกี่ยวข้องกับฤดูกาลจะส่งผลต่อกระบวนการส่งผ่านทางอัตราแลกเปลี่ยน อันส่งผลทำให้ราคาในประเทศเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน นอกจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการของการท่องเที่ยวจะส่งผลบวกต่อรายได้ก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าที่ได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวยังอาจส่งผลทางลบต่อสวัสดิการจากการบริโภคสินค้าของครัวเรือน (Consumption Effect) ด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ดี การเพิ่มขึ้นของสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวอาจไม่ส่งผ่านมาสู่ราคาสินค้าในประเทศทั้งหมด (Completed Pass-Through) แต่ในความเป็นจริง อาจจะมีการส่งผ่านที่ไม่สมบูรณ์ (Incomplete Pass-Through) ยกตัวอย่างเช่น ถ้าราคาสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 10 จากการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ในรูปของเงินเหรียญสหรัฐนี้อาจส่งผ่านมาสู่ราคาภายในประเทศที่น้อยกว่าร้อยละ 10 ซึ่งการส่งผ่านที่ไม่สมบูรณ์นี้จะทำให้ผู้ผลิตอาจจะไม่ได้รับประโยชน์จากช่องทางการกระจายนี้มากนัก ดังนั้นในการที่ผู้มีรายได้น้อยจะได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวนี้มากนักน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับว่าผู้ผลิตสินค้าหรือบริการนั้นจะมีโอกาสในการกำหนดราคาของสินค้าหรือบริการ (Price Maker) และประโยชน์ที่ได้รับจากการส่งผ่านในด้านการกระจายนี้ยังขึ้นอยู่กับว่าแต่ละครัวเรือนได้ทำงานในสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการค้าระหว่างประเทศมากน้อยเพียงใด

3) ช่องทางของรายได้จากภาครัฐบาล (Government Channel หรือ Fiscal Channel)

โดยเป็นช่องทางที่ภาครัฐเข้ามาแทรกแซงในการดำเนินยุทธศาสตร์ที่จะให้การท่องเที่ยวส่งผลต่อการสร้างรายได้ โดยเฉพาะรายได้ต่อคนในชุมชน ซึ่งช่องทางนี้จะรวมไปถึงการจัดเก็บภาษีจากการท่องเที่ยว การเก็บค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวที่รัฐเป็นผู้ดูแล นโยบายส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานในชุมชน นโยบายการส่งเสริมการสร้างศักยภาพผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว อันส่งผลทำให้เกิดการส่งผ่านของรายได้จากการท่องเที่ยวให้ลงไปสู่ครัวเรือนหรือชุมชนให้มากยิ่งขึ้น

ภาพที่ 6 กรอบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้



ที่มา: ประยุกต์จากแนวคิดของ Winter (2004)

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าแบบจำลอง Winters (2004) นี้จะได้รับการยอมรับในการใช้ศึกษาผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อการลดความยากจนในงานศึกษาต่าง ๆ ก็ตาม แต่ถ้าจะวิเคราะห์ในบริบทของประเทศกำลังพัฒนา องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้พยายามศึกษากลไกของการใช้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือหนึ่งในการลดความยากจนและแก้ไขความเหลื่อมล้ำของประเทศ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาและประเทศด้อยพัฒนา โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกได้ระบุถึงการเชื่อมโยง 7 เส้นทาง (หรือมีอีกชื่อว่า The ST-EP Second Mechanisms) ที่การท่องเที่ยวจะสร้างประโยชน์ให้กับผู้มีฐานะยากจนในประเทศได้ดังนี้

1) การจ้างคนยากจนเข้ามาทำงานในภาคธุรกิจที่ประกอบกิจการท่องเที่ยว (Employment of the poor in tourism enterprise) - โดยการเชื่อมโยงนี้เกิดจากการจ้างงานในภาคธุรกิจที่ประกอบกิจการท่องเที่ยว (Tourism Enterprise) ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ร้านอาหาร หรือธุรกิจนำเที่ยว โดยในการที่คนยากจนจะได้ประโยชน์จากช่องทางในการจ้างงานนี้ การพัฒนาทางการศึกษาและการฝึกอบรม (Education and Training) จึงเป็นโอกาสสำคัญที่จะสร้างโอกาสให้กับผู้มีฐานะยากจน รวมไปถึงยังสามารถขยายกำแพงทางสังคมและวัฒนธรรมของแรงงานในบางกลุ่มหรือบางพื้นที่ได้

2) การจัดหาสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยคนยากจน (Supply of goods and services to tourism enterprises by the poor or by enterprises employing the poor) - โดยนอกจากจะเป็นการจ้างงานแล้ว คนยากจนยังเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการเพื่อป้อนให้กับธุรกิจท่องเที่ยวผ่านห่วงโซ่มูลค่าในแต่ละขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการที่ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นผู้รับซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นจากในท้องถิ่น รวมไปถึงการที่คนยากจนในท้องถิ่นได้มีโอกาสในการเป็นผู้ให้การเข้าร่วมดำเนินการกิจกรรมสนับสนุน (Supporting Services) ต่าง ๆ ของภาคธุรกิจที่ประกอบกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นประโยชน์ที่คนยากจนจะได้รับในส่วนนี้จะมากหรือน้อยจึงขึ้นอยู่กับว่าธุรกิจที่ประกอบกิจการท่องเที่ยว นั้นจะมีสัดส่วนในการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ผลิตขึ้นจากท้องถิ่นมากน้อยเพียงใด โดยนอกจากรายได้ทางตรงที่จะตกกับคนยากจนแล้ว การใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ผลิตขึ้นจากท้องถิ่นยังสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจต่อเนื่องในชุมชน ส่งเสริมให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาทักษะ (Skill Development) และเป็นการเพิ่มคุณค่าและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น

3) การขายสินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยวจากคนยากจนโดยตรงผ่านเศรษฐกิจนอกระบบ (Direct Sales of goods and services to visitors by the poor in informal economy) โดยช่องทางนี้เป็นอีกทางหนึ่งที่คนยากจนสามารถแสวงหาโอกาสในการหารายได้จากนักท่องเที่ยว เช่นการขายของชำร่วยงานประดิษฐ์ และการขายอาหารแก่นักท่องเที่ยวในบริเวณนั้น เป็นต้น ซึ่งการขายสินค้าและบริการผ่านเศรษฐกิจนอกระบบนี้จะเป็ช่องทางทางตรงที่คนยากจนจะได้รับรายได้จากนักท่องเที่ยว ซึ่งในการที่จะใช้ประโยชน์จากช่องทางนี้ ภาครัฐ (หรือชุมชน) จำเป็นต้องจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) และนำเสนอข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวในการซื้อสินค้าและบริการผ่านคนยากจนดังกล่าว นอกจากนี้ต้องให้แน่ใจว่าสิ่งที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว นั้นเป็นสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

4) การจัดตั้งวิสาหกิจที่ดำเนินการบริหารโดยคนยากจน/ การดำเนินการผ่านวิสาหกิจชุมชน (Establishment and running tourism enterprises by the poor or community-based enterprises) โดยในช่องทางนี้จะแตกต่างจากช่องทางที่ 3 ข้างต้นตรงที่ว่าช่องทางการจัดตั้งวิสาหกิจที่ดำเนินการบริหารโดยคนยากจนหรือการดำเนินการผ่านวิสาหกิจชุมชนจะดำเนินการอยู่ในเศรษฐกิจในระบบ (Formal Economy) ซึ่งจะต้องเป็นวิสาหกิจที่จัดตั้งและดำเนินการโดยคนยากจน (ทั้งในระดับบุคคลหรือในระดับชุมชน) ซึ่งรวมไปถึง ที่พักอาศัย อาหาร การขนส่ง หรือร้านขายสินค้าแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการจัดตั้งองค์กรประเภทนี้ก็คือการที่การดำเนินการจะกระทำโดยชุมชนเพื่อประโยชน์แก่คนในชุมชนเป็นสำคัญ

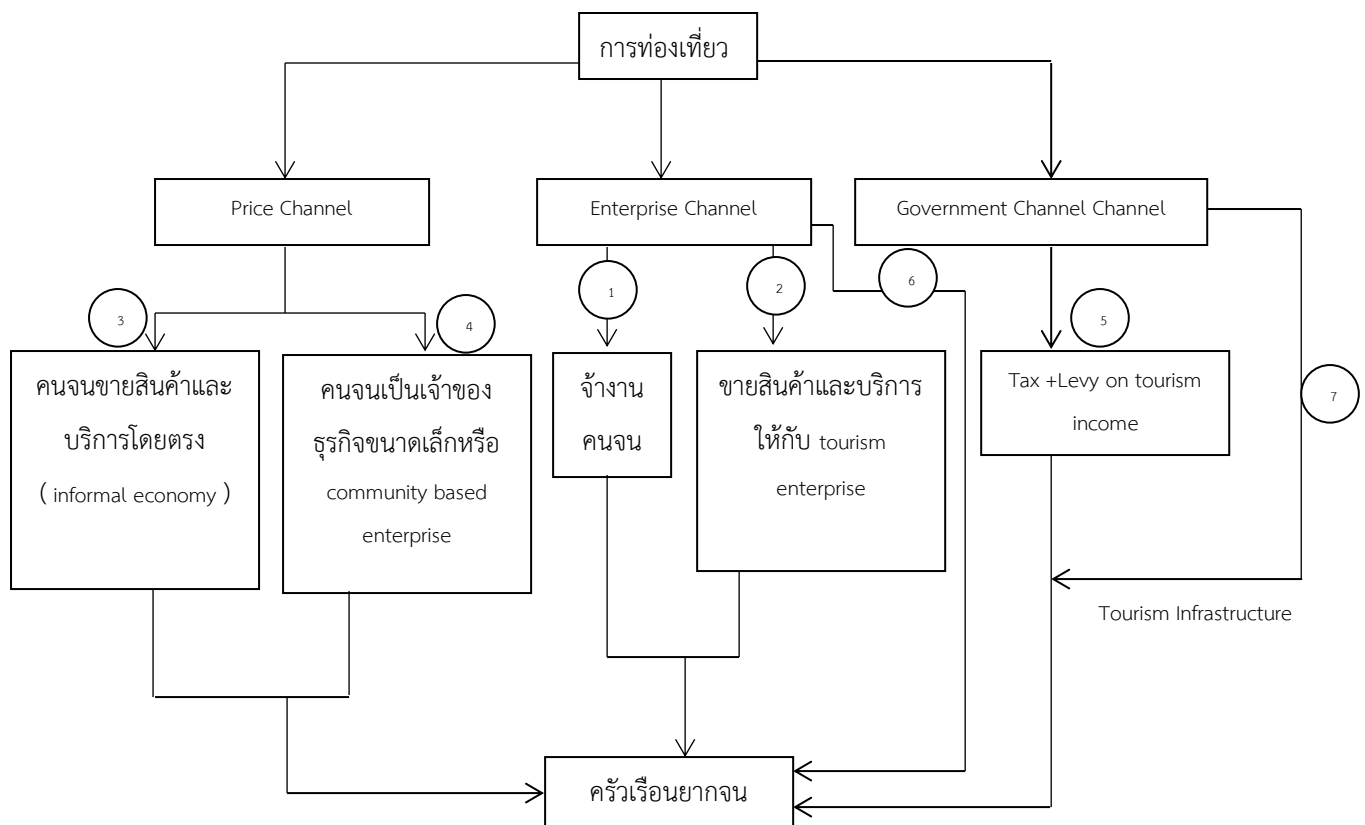
5) จัดสรรรายได้ภาษีอากรหรือเงินที่เรียกเก็บจากนักท่องเที่ยวกลับไปสู่คนยากจน (Tax or levy on tourism income or profits with proceeds benefiting the poor) - ช่องทางนี้เป็นหนึ่งในช่องทางการแทรกแซงจากภาครัฐ (Government Intervention) โดยเป็นการใช้เงินรายได้ที่ประเทศหรือท้องถิ่น

ได้รับจากการท่องเที่ยว เช่น การเก็บภาษีกับนักท่องเที่ยว การเก็บค่าผ่านทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ รวมไปถึงการเก็บค่าเข้าใช้สาธารณูปโภค เป็นต้น โดยภาครัฐหรือท้องถิ่นจะนำรายได้ในส่วนนี้มาจัดสรรให้กับผู้มีฐานะยากจนอื่น ๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับให้ความสำคัญของประเทศว่าจะมุ่งเน้นในด้านการลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ในการที่จะสามารถใช้ช่องทางนี้ได้อย่างประสบผลสำเร็จจึงจำเป็นที่รูปแบบการหารายได้และการจัดสรรรายได้ไปสู่คนยากจนดังกล่าวจะมีความโปร่งใส (Transparency) มากน้อยเพียงใด ซึ่งความโปร่งใสในการจัดสรรรายได้ส่วนนี้มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อความยั่งยืนในการใช้ช่องทางนี้

6) การให้การช่วยเหลือผู้มีฐานะยากจนจากวิสาหกิจท่องเที่ยวผ่านรูปแบบเงินบริจาค (Voluntary giving/support by tourism enterprises) - ช่องทางนี้เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความสนใจในการช่วยเหลือชุมชนและท้องถิ่นของตน ธุรกิจที่ประกอบกิจการท่องเที่ยวจำนวนมากมีนโยบายในการให้การสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อการพัฒนาโดยเฉพาะในพื้นที่ที่ภาคธุรกิจนั้นตั้งอยู่ นอกจากนี้ภาคองค์กรไม่แสวงหากำไรในแต่ละท้องถิ่นยังเป็นผู้มีบทบาทต่อการนำเงินบริจาคการนักท่องเที่ยวมาจัดสรรในรูปแบบของเงินบริจาคให้กับคนยากจน

7) การลงทุนทางด้านสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่สร้างประโยชน์แก่คนยากจนโดยตรง (Investment in infrastructure stimulated by tourism) - เนื่องจากคนที่มีฐานะยากจนมักอาศัยอยู่ห่างไกล ซึ่งยังไม่มีระบบสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานที่ดี เช่นระบบน้ำประปา ไฟฟ้า พลังงาน การติดต่อสื่อสาร และระบบการเดินทางและระบบโลจิสติกส์ที่จะเป็นการอำนวยความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว โดยการลงทุนในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวนี้นอกจากจะช่วยสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงประชาชนในท้องถิ่นได้มากขึ้นแล้ว โครงสร้างพื้นฐานเหล่านั้นยังส่งผลต่อสวัสดิการความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญที่ต้องคำนึงถึงสำหรับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวนี้ก็คือ ต้องให้แน่ใจว่าจะไม่ไปเบียดบังการบริโภคของประชาชนในท้องถิ่นเอง

ภาพที่ 7 การประยุกต์กรอบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้เดิมกับการเชื่อมโยงใหม่ 7
เส้นทาง



ที่มา : คณะผู้วิจัย

ผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นผ่านการใช้นโยบายเพื่อการท่องเที่ยวต่อครัวเรือนยากจน โดยการส่งผ่านผลทั้ง 3 ด้าน คือ ช่องทางของราคา (Price Chanel) ช่องทางของธุรกิจ (Enterprise Chanel) และช่องทางของรัฐบาล (Government Channel) ซึ่งจะสร้างให้เกิดการจ้างงานคนจน การสร้างสินค้าและบริการเสนอให้นักท่องเที่ยวและธุรกิจ และการสร้างรายได้จากการเก็บภาษีที่จะนำมาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของครัวเรือนยากจน

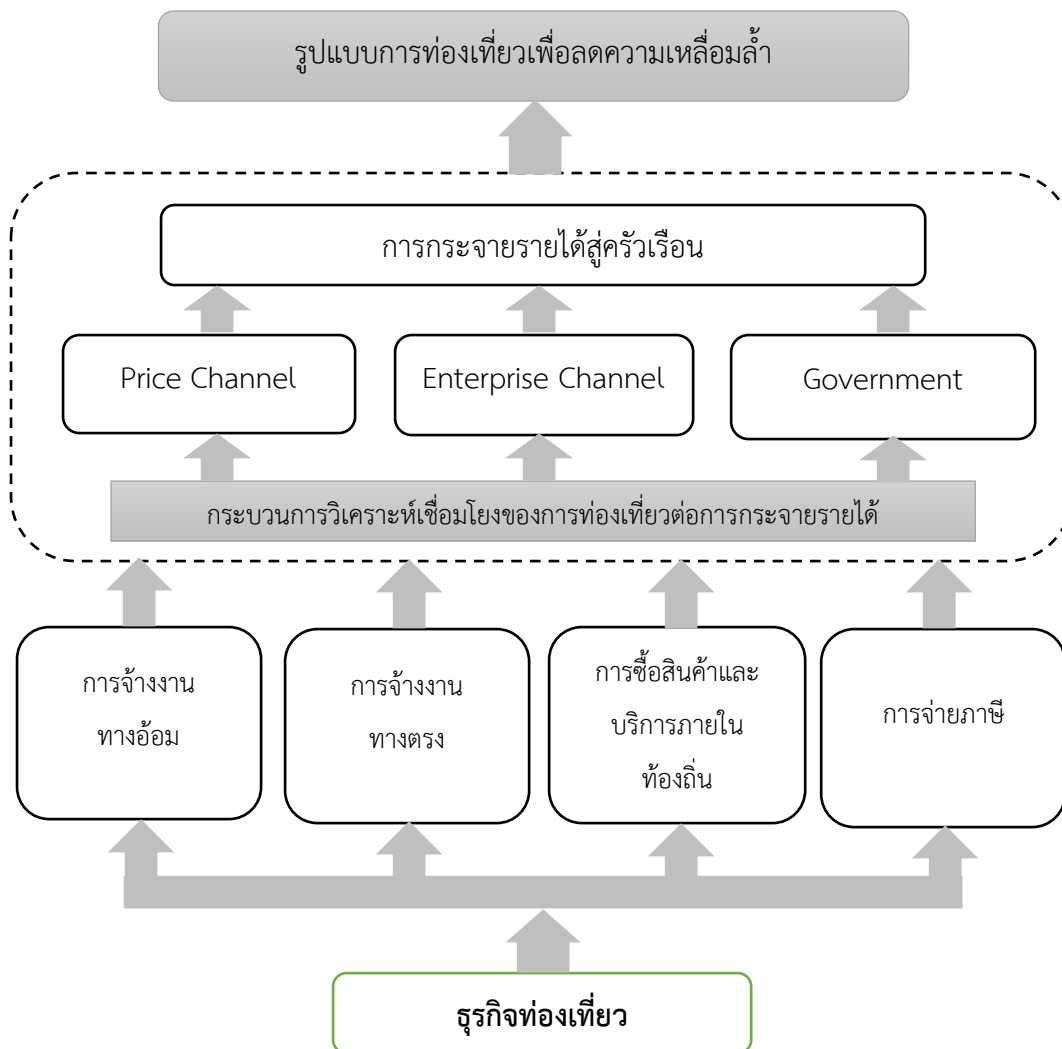
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

แม้ว่าการท่องเที่ยวจะนำมาซึ่งการเติบโตทางการผลิตและความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของประเทศ ประเด็นในด้านความเท่าเทียมของการจัดสรรและการกระจายของผลผลิตและความมั่งคั่งที่เกิดขึ้น รวมถึง การมีส่วนร่วมทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนในทุกภาคส่วน (Inclusion and Participation) เป็นประเด็นที่ได้รับความสำคัญและคำนึงถึงจากผู้วางนโยบายและหน่วยงานในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

ทั้งนี้ ศึกษาถึงความเชื่อมโยงของภาคการท่องเที่ยวกับรูปแบบแนวทางในการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนไทยในระดับจุลภาค เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนที่เป็นไปอย่างองค์รวม มีความทั่วถึงและมีส่วนร่วมในทุกระดับชั้น ตั้งแต่ชุมชนและสังคม เรื่อยไปจนถึงภาคการผลิตและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในระดับภาพรวมหรือระดับมหภาคของประเทศ

อย่างไรก็ดี รูปแบบการเชื่อมโยงจากผู้ประกอบการไปสู่ชุมชนนั้นยังไม่ได้มีการศึกษามากนักในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่จะมีการศึกษาค่อนข้างมากในระบบเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) ซึ่งมีรูปแบบการสร้างร่วมมือที่หลากหลายระหว่างภาคธุรกิจกับเกษตรกร ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ได้ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยกรอบการวิจัยปรากฏตามภาพที่ 8 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 8 กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงเอกสาร การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพโดยวิธีสำรวจ ด้วยการสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งการลงพื้นที่ที่จะให้ความสำคัญกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) โดยประกอบไปด้วยผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลักซึ่ง ได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร และร้านขายของชำร่วย ประกอบกับการสัมภาษณ์ชุมชน โดยจะเลือกพื้นที่ในจังหวัดสำคัญ ๆ ที่มีนักท่องเที่ยวกระจุกตัวในแต่ละภาคที่สำคัญ เช่น กรุงเทพมหานคร/สมุทรปราการและชลบุรี (ภาคกลาง) เลย/หนองคาย (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) เชียงราย/น่าน (ภาคเหนือ) และ ภูเก็ต/พังงา/ชุมพร (ภาคใต้) เป็นต้น ทั้งนี้ทีมวิจัยอาจจะมีการปรับเปลี่ยนพื้นที่อีกครั้งตามความเหมาะสมโดยขึ้นอยู่กับความพร้อม เวลาและงบประมาณ

3.1 การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งกิจการ โรงแรม ร้านอาหาร และร้านขายของชำร่วย เพื่อได้ทราบและเข้าใจถึงรูปแบบ วิธีการ ขั้นตอนการประกอบกิจการที่มีส่วนเชื่อมโยงไปสู่การกระจายรายได้ทั้งในรูปแบบการจ้างงาน การซื้อสินค้าที่ผลิตโดยคนที่อาศัยในพื้นที่ตั้งของกิจการและการกระจายรายได้ในรูปแบบอื่น ๆ

3.1.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

การได้มาซึ่งข้อมูลสำคัญ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยอันได้แก่ การได้มาซึ่งแนวทางในการเพิ่มศักยภาพชุมชนเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการจากการท่องเที่ยว การได้ทราบถึงโมเดลการพัฒนาชุมชนเพื่อที่จะสามารถยกระดับตัวเองไปสู่การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว นำมาสู่โมเดลการพัฒนาผู้ประกอบการที่จะส่งเสริมการกระจายรายได้ที่ดีจากการท่องเที่ยว จนถึงวัตถุประสงค์ปลายทาง คือ การสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชุมชนเพื่อส่งเสริมโอกาสในการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำ ดังนั้น เพื่อให้การศึกษาสามารถตอบโจทย์วิจัยดังกล่าวได้ ในขั้นเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจึงกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักกระจายตามระดับของธุรกิจท่องเที่ยวดังนี้

1) ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม/โฮมสเตย์/รีสอร์ตของแต่ละจังหวัด ขนาดเล็ก (จำนวนห้องพักน้อยกว่า 60 ห้อง) จังหวัดละ 1 แห่ง โรงแรมขนาดกลาง (จำนวนห้องพัก 60-149 ห้อง) จังหวัดละ 1 แห่ง และโรงแรมขนาดใหญ่ (จำนวนห้องพัก 150 ห้องขึ้นไป) จังหวัดละ 1 แห่ง

2) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในแต่ละจังหวัด ขนาดเล็ก จังหวัดละ 1 แห่ง ขนาดกลาง จังหวัดละ 1 แห่ง และขนาดใหญ่ จังหวัดละ 1 แห่ง

3.1.2 สถานที่เก็บข้อมูล ได้แก่ สมุทรปราการ(บางกะเจ้า) ชลบุรี(พัทยา) เลย หนองคาย ศรีสะเกษ เชียงใหม่ เชียงราย ชุมพร และภูเก็ต ทั้งพื้นที่บริเวณในตัวเมืองและพื้นที่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยว

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จะทำให้ได้ทราบและเข้าใจวิธีการดำเนินงานที่นำไปสู่การกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนในท้องถิ่น โดยอาศัยกรอบการแนวทางการวิจัยตามภาพที่ 1 ประยุกต์กรอบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้เดิมกับการเชื่อมโยงใหม่ 7 เส้นทาง ซึ่งจะเป็นการพิสูจน์การส่งผ่านทรัพยากรสู่ครัวเรือนยากจนผ่าน 7 ช่องทาง ซึ่งเป็นกรอบโครงสร้างการสัมภาษณ์เชิงลึกดังต่อไปนี้

ช่องทางที่ 1 การจ้างงานคนในพื้นที่ เพื่อพิสูจน์ว่าการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้มีการจ้างงานคนในพื้นที่หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

ช่องทางที่ 2 การขายสินค้าและบริการให้กับ Tourism Enterprise เพื่อพิสูจน์ว่า Tourism Enterprise ได้ซื้อสินค้าและบริการจากคนในพื้นที่หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

ช่องทางที่ 3 คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการโดยตรง เพื่อพิสูจน์ว่า คนในพื้นที่ได้มีโอกาสขายสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยวโดยตรงหรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

ช่องทางที่ 4 คนในพื้นที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก หรือกิจการโดยชุมชน เพื่อพิสูจน์ว่าคนในพื้นที่ได้มีโอกาสเป็นเจ้าของกิจการ หรือกิจการโดยชุมชนหรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

ช่องทางที่ 5 รายได้ที่เกิดจากการเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว เพื่อพิสูจน์ว่าคนยากจนได้ประโยชน์จากภาษีและค่าธรรมเนียมจากการท่องเที่ยวหรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

ช่องทางที่ 6 Enterprise Channel เพื่อพิสูจน์ว่ากิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้เอื้อประโยชน์ให้แก่ครัวเรือนยากจนหรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

ช่องทางที่ 7 Tourism Infrastructure เพื่อพิสูจน์ว่าโครงสร้างพื้นฐานที่รัฐได้ลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวได้เอื้อประโยชน์ให้แก่ครัวเรือนยากจนหรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

จากกรอบการแนวทางการวิจัย นักวิจัยได้ออกแบบแนวคำถามการสัมภาษณ์ไว้ 2 ชุด ได้แก่ แนวคำถามการสัมภาษณ์ชุดที่ 1 สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว (โรงแรม/โฮมสเตย์/รีสอร์ต) และแนวคำถามการสัมภาษณ์ชุดที่ 2 สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร/ร้านค้า โดย มีรายละเอียดแต่ละชุดคำถาม ดังนี้

แนวคำถามการสัมภาษณ์ชุดที่ 1 สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว (โรงแรม/โฮมสเตย์/รีสอร์ท)

- 1) ท่านคิดว่าโรงแรมของท่านมีระดับมาตรฐานเป็นกี่ดาว เปิดทำการมาแล้วกี่ปี มีจำนวนห้องพักกี่ห้อง
- 2) โรงแรมนี้คนในพื้นที่ร่วมเป็นเจ้าของหรือไม่ ถ้ามีต่างชาติเข้าร่วมมีสัดส่วนคิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์
- 3) มีห้องประชุม สัมมนา จัดเลี้ยงหรือไม่
- 4) โรงแรมแห่งนี้มีรายได้เฉลี่ยประมาณเท่าไร แล้วช่วง High Season เป็นช่วงเวลาใด มีรายได้เฉลี่ยประมาณเท่าไร ช่วง Low Season มีรายได้เฉลี่ยประมาณเท่าไร
- 5) โรงแรมนี้มีพนักงาน และผู้บริหารรวมกี่คน สัดส่วนชายหญิงประมาณเท่าไร
 - 5.1) พนักงานที่มีวุฒิตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปมีกี่คน (สัดส่วน) แล้วส่วนใหญ่ทำงานในส่วนงานไหน ค่าตอบแทนในตำแหน่งหลัก ๆ แต่ละตำแหน่งประมาณเท่าไร เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนคนในพื้นที่ต่อคนต่างพื้นที่ประมาณเท่าไร
 - 5.2) พนักงานวุฒิ ปวช. ปวส. มีกี่คน (สัดส่วน) และจะทำงานในส่วนไหน ค่าตอบแทนในตำแหน่งหลัก ๆ แต่ละตำแหน่งประมาณเท่าไร เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนคนในพื้นที่ต่อคนต่างพื้นที่ประมาณเท่าไร
 - 5.3) พนักงานที่วุฒิต่ำกว่า ปวช. ปวส. มีกี่คน (สัดส่วน) และจะทำงานในส่วนไหน ค่าตอบแทนในตำแหน่งหลัก ๆ แต่ละตำแหน่งประมาณเท่าไร เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนคนในพื้นที่ต่อคนต่างพื้นที่ประมาณเท่าไร
 - 5.4) พนักงานที่จ้างเหมา มีประมาณกี่คน และจะทำงานในส่วนไหน ค่าตอบแทนในตำแหน่งหลัก ๆ แต่ละตำแหน่งประมาณเท่าไร เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนคนในพื้นที่ต่อคนต่างพื้นที่ประมาณเท่าไร
- 6) ร้านอาหารของโรงแรม (ถ้ามี) ของที่ซื้อ คนที่จ้าง มาจากไหน
 - * แรงงานเป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนต่อคนแรงงานทั้งหมดประมาณเท่าไร
 - * ถ้าเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการทำอาหาร ขนม หรือเครื่องดื่ม ใช้วัตถุดิบจากในพื้นที่หรือไม่ ใช้วัตถุดิบในท้องที่คิดเป็นสัดส่วนเท่าไรของวัตถุดิบทั้งหมด
- 7) Spa (ถ้ามี) ของที่ซื้อ คนที่จ้าง มาจากไหน
 - * เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนต่อแรงงานทั้งหมดประมาณเท่าไร
 - * ถ้าเป็นวัตถุดิบ (เช่น น้ำมันหอม หรือ ครีม) ใช้วัตถุดิบจากในพื้นที่หรือไม่ ใช้วัตถุดิบในท้องที่คิดเป็นสัดส่วนเท่าไรของวัตถุดิบทั้งหมด
- 8) นวดแผนไทย (ถ้ามี) ของที่ซื้อ คนที่จ้าง มาจากไหน
 - * เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนต่อคนในพื้นที่ประมาณเท่าไร

- * ถ้าเป็นวัตถุดิบ (เช่นน้ำมันนวด หรือ ครีม) ใช้วัตถุดิบจากในพื้นที่หรือไม่ ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นที่คิดเป็นสัดส่วนเท่าไรของวัตถุดิบทั้งหมด

9) บริการนำเที่ยว (ถ้ามี) พาไปเที่ยวที่ไหน คนที่จ้าง มาจากไหน

- * เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนต่อคนในพื้นที่ประมาณเท่าไร
- * ถ้าเป็นบริการเสริม (เช่น บริการรถเช่า หรือพนักงานต้อนรับ) ใช้คนในพื้นที่หรือไม่

10) ร้านขายของที่ระลึก (ถ้ามี) ของที่ขายในร้าน พนักงานขาย มาจากไหน

- * เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนต่อคนในพื้นที่ประมาณเท่าไร
- * ของที่นำมาจำหน่ายมาจากในพื้นที่หรือไม่ เป็น OTOP หรือเปล่า เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทไหน ผลิตในรูปแบบของชุมชน หรืออุตสาหกรรม (รับมาขาย)

11) ของที่ใช้ในโรงแรมจำพวก สบู่ แชมพู หรือ อุปกรณ์ทำความสะอาดต่าง ๆ ซื้อมาจากไหน (เน้นใช้ของของจากในพื้นที่หรือไม่) มีการใช้ของ OTOP บ้างหรือไม่

12) ประเภทของนักท่องเที่ยวที่เข้าพักมาจากที่ใด ช่วง Low Season และ High Season มีสัดส่วนอย่างไร

12.1) ถ้าเป็นคนไทย เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนคนในพื้นที่ต่อคนต่างพื้นที่ประมาณเท่าไร และ

นักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่นิยมใช้ของใช้ (ของใช้ที่ใช้ในการให้บริการ) ที่ผลิตจากที่ไหน

12.2) ถ้าเป็นชาวต่างชาติ สัดส่วนต่อคนไทยประมาณเท่าไร เป็นคนประเทศไหน และนักท่องเที่ยว

ต่างชาติส่วนใหญ่นิยมใช้ของใช้ (ของใช้ที่ใช้ในการให้บริการ) ที่ผลิตจากที่ไหน

12.3) โรงแรมมีนโยบายที่ใช้ของไทยในพื้นที่เป็นหลักหรือไม่ และของใช้ที่ใช้ในการให้บริการนักท่องเที่ยว

ไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติแตกต่างกันหรือไม่

13) ท่านคิดว่าการจ้างงานคนในพื้นที่ของท่านสามารถช่วยยกระดับความเป็นอยู่คนในพื้นที่อย่างไร พนักงานในพื้นที่ใช้จ่ายในพื้นที่อย่างไรบ้าง และหากเป็นพนักงานนอกพื้นที่ มีการส่งเงินกลับบ้านหรือไม่

14) ท่านคิดว่าโรงแรมของท่านมีบทบาทในการยกระดับความเป็นอยู่คนในพื้นที่อย่างไร

15) รัฐได้มีนโยบายให้โรงแรมช่วยเหลือคนในพื้นที่บ้างหรือไม่ เช่น การจ้างงานคนในพื้นที่เพื่อการลดหย่อนภาษี ถ้าไม่มี ทางโรงแรมจะมีนโยบายช่วยเหลือคนในพื้นที่อย่างไร (มีการทำ CSR สู่ชุมชนหรือไม่) และท่านคิดว่าหากไม่มีกิจการนี้ในพื้นที่ แรงงานในพื้นที่ของกิจการท่านจะประกอบอาชีพอะไร

แนวคำถามการสัมภาษณ์ชุดที่ 2 สำหรับผู้ประกอบการร้านอาหาร/ร้านค้า

- 1) ร้านนี้ เปิดทำการมาแล้วกี่ปี ขายสินค้าประเภทใดบ้าง
- 2) ร้านนี้มีคนในพื้นที่ร่วมเป็นเจ้าของหรือไม่ ถ้ามีต่างชาติเข้าร่วมมีสัดส่วนคิดเป็นกี่เปอร์เซ็นต์
- 4) ร้านมีรายได้เฉลี่ยประมาณเท่าไร แล้วช่วง High Season เป็นช่วงเวลาใด มีรายได้เฉลี่ยประมาณเท่าไร ช่วง Low Season มีรายได้เฉลี่ยประมาณเท่าไร
- 5) ร้านนี้มีพนักงาน และผู้บริหารรวมกี่คน สัดส่วนชายหญิงประมาณเท่าไร
 - 5.1) พนักงานที่มีวุฒิตั้งแต่ปริญญาตรีขึ้นไปมีกี่คน (สัดส่วน) แล้วส่วนใหญ่ทำงานในส่วนงานไหน ค่าตอบแทนในตำแหน่งหลัก ๆ แต่ละตำแหน่งประมาณเท่าไร เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนคนในพื้นที่ต่อคนต่างพื้นที่ประมาณเท่าไร
 - 5.2) พนักงานวุฒิปวช. ปวส. มีกี่คน (สัดส่วน) และจะทำงานในส่วนไหน ค่าตอบแทนในตำแหน่งหลัก ๆ แต่ละตำแหน่งประมาณเท่าไร เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนคนในพื้นที่ต่อคนต่างพื้นที่ประมาณเท่าไร
 - 5.3) พนักงานที่วุฒิต่ำกว่า ปวช. ปวส. มีกี่คน (สัดส่วน) และจะทำงานในส่วนไหน ค่าตอบแทนในตำแหน่งหลัก ๆ แต่ละตำแหน่งประมาณเท่าไร เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนคนในพื้นที่ต่อคนต่างพื้นที่ประมาณเท่าไร
 - 5.4) พนักงานที่จ้างเหมา มีประมาณกี่คน และจะทำงานในส่วนไหน ค่าตอบแทนในตำแหน่งหลัก ๆ แต่ละตำแหน่งประมาณเท่าไร เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนคนในพื้นที่ต่อคนต่างพื้นที่ประมาณเท่าไร
- 6) (หากเป็นร้านอาหาร) ร้านอาหาร ของที่ซื้อ คนที่จ้าง มาจากไหน
 - * เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนต่อคนแรงงานทั้งหมดประมาณเท่าไร
 - * ถ้าเป็นวัตถุดิบที่ใช้ในการทำอาหาร ขนม หรือเครื่องดื่ม ใช้วัตถุดิบจากในพื้นที่หรือไม่ ใช้วัตถุดิบในท้องที่คิดเป็นสัดส่วนเท่าไรของวัตถุดิบทั้งหมดหรือไม่
- 7) (หากเป็นร้านค้า) ร้านนี้ (ถ้ามี) สินค้าที่ขายในร้าน พนักงานขาย มาจากไหน
 - * เป็นคนในพื้นที่หรือไม่ สัดส่วนต่อคนในพื้นที่ประมาณเท่าไร
 - * ของที่นำมาจำหน่ายมาจากในพื้นที่หรือไม่ เป็น OTOP หรือเปล่า เป็นผลิตภัณฑ์ประเภทไหน ผลิตในรูปแบบของชุมชน หรืออุตสาหกรรม (รับมาขาย)
- 8) ท่านคิดว่าการจ้างงานคนในพื้นที่ของท่านสามารถช่วยยกระดับความเป็นอยู่คนในพื้นที่อย่างไร พนักงานในพื้นที่ใช้จ่ายในพื้นที่อย่างไรบ้าง และหากเป็นพนักงานนอกพื้นที่ มีการส่งเงินกลับบ้านหรือไม่
- 9) ท่านคิดว่ากิจการของท่านมีบทบาทในการยกระดับความเป็นอยู่คนในพื้นที่อย่างไร

- 10) รัฐได้มีนโยบายให้กิจการนี้ช่วยเหลือคนในพื้นที่บ้างหรือไม่ เช่น การจ้างงานคนในพื้นที่เพื่อการลดหย่อนภาษี ถ้าไม่มี ทางร้านจะมีนโยบายช่วยเหลือคนในพื้นที่อย่างไร (มีการทำ CSR สู่ชุมชนหรือไม่) และท่านคิดว่าหากไม่มีกิจการนี้ในพื้นที่ แรงงานในพื้นที่ของกิจการท่านจะประกอบอาชีพอะไร

3.3 แผนการดำเนินงานโครงการ

โครงการมีระยะเวลาการดำเนินงาน 1 ปี ตั้งแต่ 1 ธันวาคม พ.ศ.2560 – 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2561 ดังตารางที่ 1 แผนการดำเนินงานโครงการ

ตารางที่ 1 แผนการดำเนินงานโครงการ

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
เดือน 1-2	1. รวบรวมองค์ความรู้และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการศึกษาในเรื่องของการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในห่วงโซ่มูลค่าโลกและเกษตรพันธสัญญาและนำมาประยุกต์ใช้กับภาคการท่องเที่ยว 2. จัดทำเครื่องมือสำหรับการวิจัย เช่น แบบสัมภาษณ์	1. มีองค์ความรู้และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการศึกษาในเรื่องของการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการในห่วงโซ่มูลค่าโลกและเกษตรพันธสัญญาและนำมาประยุกต์ใช้กับภาคการท่องเที่ยว 2. ได้เครื่องมือสำหรับการวิจัย เช่น แบบสัมภาษณ์
เดือน 3-6	1. วางแผนในการลงพื้นที่เพื่อทำการสัมภาษณ์ 2. ลงพื้นที่จังหวัดเป้าหมายเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกในระดับพื้นที่ โดยกำหนดกลุ่มผู้ประกอบการตามคุณลักษณะที่พบในโครงการวิจัยย่อยที่ 2 และระดมสมองผู้ประกอบการโรงแรมตามคุณลักษณะของประเภทโรงแรมที่พบ เพื่อศึกษาหาสาเหตุของผู้ประกอบที่ประสบผลสำเร็จ (และไม่ประสบผลสำเร็จ) ในการสนับสนุนกระจายรายได้ที่ดี (และไม่ดี)	1. ได้ผลจากการสัมภาษณ์เบื้องต้น ได้แก่ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการข้อเสนอแนะที่ได้รับ 2. สรุปหากรอบแนวคิดของการสร้างความเชื่อมโยงภาคการท่องเที่ยวกับชุมชน

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
เดือน 7-12	1. สรุปลผลและสร้างกรอบการเชื่อมโยง 2. นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ในการสร้างกรอบการเชื่อมโยงเพื่อสร้างการกระจายรายได้ที่ดีขึ้นจากการท่องเที่ยว 3. วิเคราะห์ข้อมูล	1. ได้กรอบการเชื่อมโยงที่เหมาะสมระหว่างผู้ประกอบการโรงแรมกับชุมชน 2. มีบทความศึกษาเพื่อพร้อมสำหรับนำเสนอต่อสาธารณะ และตีพิมพ์ในวารสารทางวิชาการ 3. รูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชุมชน 4. แนวทางในการเพิ่มศักยภาพชุมชนเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้จากการขายสินค้า/บริการจากการท่องเที่ยว 5. โมเดลการพัฒนาชุมชนเพื่อที่จะสามารถยกระดับตัวเองไปสู่การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว

บทที่ 4

ผลการวิจัย

4.1 ข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ศึกษา เพื่อให้เข้าใจถึงโครงสร้างทางสังคม เศรษฐกิจ การเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐาน และรวมไปถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อความเข้าใจในประเด็นต่าง ๆ ที่ได้จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึก

4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 20,107 ตารางกิโลเมตร ซึ่งใหญ่เป็นอันดับ 2 ของประเทศ มีประชากรหนาแน่นเป็นอันดับ 5 ของประเทศ (ประมาณ 1.75 ล้านคน) โดยมีประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองและชานเมืองประมาณ 0.96 ล้านคน โดยจังหวัดเชียงใหม่ทิศเหนือติดต่อกับรัฐฉานของเมียนมา และมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ นอกจากนี้ จังหวัดเชียงใหม่ จัดเป็นเมืองศูนย์กลางของภาคเหนือ ทั้งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ ศูนย์กลางการคมนาคม โดยท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ที่มีเที่ยวบินตรงไปยังต่างประเทศ เป็นศูนย์กลางการศึกษาโดยมีสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ถึง 7 แห่ง และมีวิทยาเขตของสถาบันอุดมศึกษาตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดอีก 7 แห่ง

ด้วยจังหวัดเชียงใหม่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานและยังคงมีการสืบสานวัฒนธรรมพื้นเมืองให้ดำรงอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน ประกอบกับจังหวัดเชียงใหม่มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติจึงทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นทั้งจังหวัดท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและจังหวัดท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของเชียงใหม่มีจำนวนมากและหลากหลาย อาทิ วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ อุทยานหลวงราชพฤกษ์ วัดเจดีย์หลวง ถนนคนเดินประตูท่าแพ สวนสันติธรรม ขุนช่างเคี่ยน วัดถ้ำเชียงดาว

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้รณรงค์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ปี 2561 ภายใต้นโยบายของนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติ “ปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋ อย่างยั่งยืน” ที่ต้องการให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่เจริญเติบโตบนพื้นฐานของความเป็นไทย สามารถนำรายได้สู่ประชาชนอย่างยั่งยืน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก โดย ททท. เชียงใหม่ จัดโครงการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชียงใหม่ 5 โครงการ โดยมี 3 กลยุทธ์ ได้แก่ การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกระแสหลัก ขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ และกระจายพื้นที่และเวลาในการท่องเที่ยว โดยการดำเนิน 5 โครงการ ดังนี้

- (1) โครงการเที่ยวเก๋ไก๋..สไตล์เชียงใหม่ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็น กลุ่ม GEN Y
- (2) โครงการเที่ยวย้อนวันสไตล์เก๋ๆ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็น กลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Age)

(3) โครงการ Chiang mai Sports Festival 2018 โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็น กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบการทำกิจกรรมกลางแจ้งและชอบเล่นกีฬา (sport lover)

(4) โครงการ Women in Wonder Chiang mai โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็น กลุ่มผู้หญิง

(5) โครงการเที่ยวเชียงใหม่...ไม่ธรรมดา โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็น กลุ่มวัยทำงานที่เน้นการเดินทางเพื่อพักผ่อน (Bleisure)

การเชื่อมโยงไปสู่จังหวัดเชียงใหม่ โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน แล้วแยกเข้าทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 11 ที่จังหวัดลำปางเพื่อเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ ทางอากาศโดยใช้ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ และทางรางโดยทางรถไฟสายเหนือ (ทางรถไฟสายชุมทางบ้านภาชี-เชียงใหม่) นอกจากนี้ ยังมีแผนการพัฒนาเส้นทางการเชื่อมโยงในอนาคต ได้แก่ โครงการรถไฟความเร็วสูงสายเหนือ (กรุงเทพ - เชียงใหม่) และทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง ระยะที่ 2 หมายเลข 5 กรุงเทพ - เชียงราย

4.1.2 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทยและมีอาณาเขตติดกับจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยพื้นที่ประมาณ 11,678.369 ตารางกิโลเมตร อันเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยเป็นที่ตั้งของ "หิรัญนครเงินยางเชียงแสน" ซึ่งเป็นนครหลวงเดิมก่อนการกำเนิดอาณาจักรล้านนา ในปัจจุบันจังหวัดเชียงรามีประชากรหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทยพื้นราบ (ชาวไทยวน ไทลื้อ ไทจีน ไทใหญ่) ชาวไทยภูเขา (อาข่า มูเซอ เย้า กะเหรี่ยง ลีซอ ม้ง) ผู้พลัดถิ่นสัญชาติพม่า ชาวลาวอพยพและชาวจีนฮ่อที่อพยพเข้ามาอาศัยอยู่บนดอยสูง ซึ่งแต่ละชนชาติมีประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ จึงทำให้เป็นเสน่ห์อีกประการหนึ่งที่ส่งผลให้เชียงรายได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายมีทั้งการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเชียงรายมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ และมีชื่อเสียง อาทิ สามเหลี่ยมทองคำ น้ำตกขุนกรณ์ ภูชี้ฟ้า ดอยแม่สลอง วัดพระมหาชินธาตุเจ้า (ดอยตุ่ง) พระตำหนักดอยตุงและสวนแม่ฟ้าหลวง วัดร่องขุ่น รวมไปถึงอุทยานแห่งชาติถ้ำหลวง-ขุนน้ำนางนอน นอกจากนี้ ยังมีถนนคนเดินเชียงราย ถนนคนเดินแม่สาย ถนนคนเดินคนม่วน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรของเอกชน อาทิ ไร่ชาฉุยฟง สิงห์ปาร์คเชียงราย (ไร่บุญรอด)

นโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยได้บรรจุอยู่ในส่วนหนึ่งวิสัยทัศน์จังหวัดเชียงราย ตามแผนพัฒนาจังหวัดเชียงราย 2561-2564 ที่ว่า “เมืองแห่งการค้า การลงทุน การเกษตร และการท่องเที่ยว รุ่งเรืองด้วยวัฒนธรรมล้านนา ประชาชนอยู่เย็นเป็นสุข” ผ่านประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : การดำรงฐานวัฒนธรรมล้านนา เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงนิเวศ และเชิงสุขภาพ นอกจากนี้ จังหวัดเชียงรายยังมีเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายจังหวัดเชียงราย ซึ่งประกอบด้วยพื้นที่เชียงรายใน 3 อำเภอ คือ แม่สาย เชียง

แสน และเชียงของ ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ที่มีศักยภาพตามประกาศสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ พ.ศ. 2556 โดยการเล็งเห็นถึงความสำคัญของจังหวัดเชียงราย ในฐานะเป็นเมืองส่งเสริมการค้าชายแดน การเป็นเมืองเกษตรกรรม และการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่กลุ่มประเทศอาเซียนและ GMS โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์/เชิงเกษตร, เชิงประวัติศาสตร์/ศิลปวัฒนธรรม/ชาติพันธุ์ และเชิงสุขภาพ

การเชื่อมโยงไปสู่จังหวัดเชียงราย โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1 ถนนพหลโยธินต่อเนื่องจากจังหวัดพะเยา หรือใช้ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 118 ซึ่งเชื่อมต่อมาจากจังหวัดเชียงใหม่ ทางอากาศโดยใช้ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย นอกจากนี้ ยังมีแผนการพัฒนาเส้นทางการเชื่อมโยงในอนาคต ได้แก่ โครงการรถไฟรางคู่ เด่นชัย-เชียงของ ซึ่งเป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อจากอำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ ผ่านอำเภอเมืองเชียงราย และเชื่อมต่อกับทางรถไฟรางคู่ในเขต สปป.ลาว ที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย โดยเส้นทางนี้ไม่ได้เชื่อมต่อจากจังหวัดเชียงใหม่

4.1.3 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดเลย

จังหวัดเลย มีที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 540 กิโลเมตร โดยมีภูมิประเทศอยู่ในแอ่งสกลนคร มีสภาพภูมิประเทศทั้งดงาม อากาศหนาวเย็น เป็นแหล่งเพาะปลูกไม้ดอกไม้ประดับที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศ และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวสำคัญทางธรรมชาติที่เป็นภูเขาสลับซับซ้อน และพืชพรรณป่าไม้นานาชนิด

ประวัติการก่อตั้งจังหวัดเลยเกี่ยวเนื่องกับชนเผ่าไทยที่สืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษที่ก่อตั้งอาณาจักรโยนกเชียงแสน โดยพ่อขุนบางกลางหาวและพ่อขุนผาเมือง ได้มีผู้คนอพยพจากอาณาจักรโยนกเชียงแสนที่ล่มสลายแล้ว แผ่นดินแดนล้านช้าง เข้ามาตั้งถิ่นฐานที่บ้านด่านซ้าย แล้วอพยพขึ้นไปตามลำน้ำสร้างบ้านหนองคูมาขนานนามหมู่บ้านหนองคูใหม่ เป็น "เมืองด่านซ้าย" เหมือนหมู่บ้านเดิม และที่นี่มีประเพณีวัฒนธรรมที่ขึ้นชื่อ คือ ผีตาโขน

จังหวัดเลยมีประชากรประมาณ 0.64 ล้านคน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โครงสร้างทางสังคมของจังหวัดเลยเป็นแบบประเพณีนำ คนพื้นเมืองส่วนใหญ่เป็นคนคนไทยเผ่าลื้อ ซึ่งต่างจากคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั่ว ๆ ไปซึ่งเป็นคนไทยเผ่าพวน อย่างไรก็ตาม ทั้งเผ่าลื้อและเผ่าพวน เป็นผู้ที่อพยพมาจากล้านช้างและหลวงพระบาง เช่นเดียวกัน

พื้นที่จังหวัดเลย มีความโดดเด่นทางธรรมชาติ จนได้รับการขนานนามว่าทะเลภูเขา สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ คือ อุทยานแห่งชาติภูกระดึง อุทยานแห่งชาติภูเรือ อุทยานแห่งชาติภูสวนทราย อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดเลยมีความโดดเด่นเช่นเดียวกัน โดยมีสถานที่สำคัญ เช่น เมืองเก่าเชียงคาน เป็นต้น

การเชื่อมโยงไปสู่จังหวัดเลย ประกอบด้วยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 21 (สายสามแยกพุกแค – เลย) ทางอากาศโดยผ่านท่าอากาศยานเลย และท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี แล้วจึงเข้าสู่จังหวัดเลยโดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 210 ทั้งนี้ จังหวัดเลยยังไม่มี การเชื่อมโยงด้วยระบบราง และไม่มีแผนการพัฒนาเส้นทาง การเชื่อมโยงอื่น ทั้งโครงการพัฒนารถไฟความเร็วสูงและทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง อย่างไรก็ตาม จังหวัดเลยมีแผนการพัฒนาเส้นทางคมนาคมเพิ่มเติม เช่น โครงการทางเลี้ยวเมืองเลย โครงการถนนตัดใหม่ แยกทางหลวงหมายเลข 2115 - สะพานมิตรภาพน้ำเหืองไทย-ลาว ขนาด 2 ช่องจราจร โครงการขยายเส้นทางสาย เชียงคาน หล่มเก่า – เลย เป็นต้น

4.1.4 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดหนองคาย

จังหวัดหนองคาย ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน มีภูมิประเทศตั้งอยู่ในแอ่งสกลนครและโดยจังหวัดชายแดน แต่ได้รับการขนานนามเป็นจังหวัดที่เงียบสงบ น่านุรักษ์และน่าท่องเที่ยว ทั้งนี้ จังหวัดหนองคายมีพื้นที่ส่วนใหญ่ติดฝั่งแม่น้ำโขง ตรงข้ามกับ สปป.ลาว โครงสร้างด้านพื้นที่จังหวัดมีพื้นที่แคบแต่ยาว มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการชมบั้งไฟพญานาคในวันออกพรรษา เมืองหนองคายมีประวัติศาสตร์ยาวนานสืบเนื่องมาตั้งแต่สมัยล้านช้างตลอดยุคสมัย มีโบราณสถานที่ได้รับอิทธิพลจากล้านช้างจำนวนมาก เช่น พระธาตุต่าง ๆ โดยเฉพาะพระธาตุบังพวน นอกจากนี้ จังหวัดหนองคายยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับตำนานพญานาค ซึ่งเป็นความเชื่อท้องถิ่น

ประชากรในจังหวัดหนองคายมีประมาณ 0.52 ล้านคน ซึ่งเป็นคนไทยและกลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย เช่น กลุ่มชาวไทอีสาน/ลาวอีสาน กลุ่มไทพวน กลุ่มไทลื้อ/ไทดำ/ไทเหนือ และกลุ่มคนญวน เป็นต้น ประชากรส่วนใหญ่ยังประกอบอาชีพในภาคเกษตรกรรม นอกจากนั้น ยังมีการเลี้ยงปศุสัตว์และการทำประมงน้ำจืด โดยเฉพาะการเลี้ยงปลาในกระชัง

ด้านนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับประเทศ จังหวัดหนองคายถูกจัดตั้งให้เป็นหนึ่งในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษในระยะที่ 2 โดยถูกตั้งเป้าให้เป็นแหล่งการค้าระหว่างประเทศและการท่องเที่ยว โดยมีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค ทั้งระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการบริการด้านบุคลากร

การเชื่อมโยงสู่จังหวัดหนองคาย ประกอบด้วย ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 (มิตรภาพ) จากสระบุรีสู่ปลายทางที่หนองคาย และด้วยเส้นทางนี้สามารถเชื่อมโยงไปสู่ สปป.ลาว โดยใช้สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 (หนองคาย-เวียงจันทน์) การเชื่อมโยงทางอากาศโดยใช้ท่าอากาศยานนานาชาติอุดรธานี แล้วจึงเข้าสู่จังหวัดหนองคายโดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 ทางรางโดยทางรถไฟสายตะวันออกเฉียงเหนือ (ทางรถไฟสายชุมทางบ้านภาชี-หนองคาย) นอกจากนี้ ยังมีแผนการพัฒนาเส้นทาง การเชื่อมโยงในอนาคต ได้แก่ โครงการรถไฟความเร็วสูงสายตะวันออกเฉียงเหนือ (กรุงเทพ - หนองคาย) และทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองหมายเลข 6 กรุงเทพ – หนองคาย

4.1.5 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ต ตั้งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทยห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 862 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นเกาะทั้งจังหวัดในทะเลอันดามัน (ชายฝั่งทะเลภาคใต้ฝั่งตะวันตก) และมีเกาะบริวารอีก 39 เกาะ โดยมีพื้นที่รวมเพียง 576 ตารางกิโลเมตร ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าเกาะสิงคโปร์เพียงเล็กน้อย ประชากรในจังหวัดภูเก็ตประมาณ 400,000 คน ส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดภูเก็ตเป็นชาวจีนกลุ่มต่าง ๆ รวมไปถึงชาวไทยพุทธและชาวไทยมุสลิม รวมไปถึงกลุ่มชาติพันธุ์ชาวเล กลุ่มอุรักลาไวย์และกลุ่มมอแกน (มาซิง) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนักลงทุนชาติต่าง ๆ เข้ามาลงทุนและอยู่อาศัยในจังหวัดภูเก็ต อาทิ นักลงทุนสัญชาติยุโรป อินเดีย และแรงงานต่างด้าวชาวเมียนมา ลาว และกัมพูชา

เนื่องจาก จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวทางธรรมชาติกิจกรรมการท่องเที่ยวมากมายหลายประเภทที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ โดยเฉพาะกิจกรรมบันเทิง นันทนาการและกีฬาทางน้ำ และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับเกาะบริวารโดยรอบ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด (หาดป่าตอง หาดกะตะ หาดกะรน ฯลฯ) อ่าวปอ อ่าวสะพาน อ่าวภูเก็ต อ่าวมะขาว และอ่าวฉลองเขตอุทยานแห่งชาติสิรินาถ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (สถานีพัฒนาการส่งเสริมอนุรักษ์สัตว์ป่าเขาพระแทว ศูนย์ศึกษาธรรมชาติท่าฉัตรไชย) แหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ (เกาะราชาใหญ่ เกาะราชาน้อย เกาะตะเกาะใหญ่ ฯลฯ) และจุดชมทิวทัศน์ เช่น จุดชมทิวทัศน์แหลมพรหมเทพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ซึ่งส่วนใหญ่มีที่ตั้งกระจายอยู่ด้านในของเกาะภูเก็ต แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (ภูเก็ตแฟนตาซี ไซม่อนคาบาเร่ย์ ฟาร์มจระเข้และสวนเสือภูเก็ต สวนผีเสื้อและสวนกล้วยไม้) รวมไปถึงประเพณีที่น่าสนใจของภูเก็ต อาทิ ประเพณีกินเจ ประเพณีลอยเรือ งานท้าวเทพกระษัตรี-ท้าวศรีสุนทร

นโยบายที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต สะท้อนผ่านวิสัยทัศน์ของจังหวัดภูเก็ตตามแผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ตระยะ 4 ปี (2561-2562) ที่ระบุว่า “ศูนย์กลางการท่องเที่ยว การศึกษานวัตกรรมบริการในระดับนานาชาติ และการพัฒนาที่ยั่งยืน” ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาสู่เมืองเศรษฐกิจเพิ่มค่า และบริการมูลค่าสูงระดับนานาชาติ ซึ่งรวมถึงแหล่งท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Tourism) มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ให้เป็นฐานเศรษฐกิจสำคัญของจังหวัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว MICE กีฬา และ Marina ในภูมิภาคอาเซียน นอกจากนี้ยังมีการผลักดันให้จังหวัดภูเก็ตเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษการท่องเที่ยว

การเชื่อมโยงสู่จังหวัดภูเก็ต โดยอาศัยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 402 เชื่อมโยงจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 (เพชรเกษม) ที่ผ่านจังหวัดพังงา หรือทางอากาศผ่านทางท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ทั้งนี้ ไม่มีการเชื่อมโยงระบบรางที่ไปสู่จังหวัดภูเก็ต อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันได้มีโครงการพัฒนาระบบเชื่อมโยงการคมนาคมระบบรางเริ่มต้นจากจังหวัดสุราษฎร์ธานี - พังงา เข้าสู่จังหวัดภูเก็ต

4.1.6 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชุมพร

จังหวัดชุมพร ตั้งอยู่ในภาคใต้ของประเทศไทย และมีอาณาเขตทิศตะวันตกติดต่อกับประเทศเมียนมา โดยมีประวัติศาสตร์ยาวนานมาตั้งแต่อาณาจักรศรีวิชัยซึ่งมีฐานะเป็นเมืองหน้าด่านของนครศรีธรรมราช ภายหลังได้กลายเป็นเมืองฝ่ายใต้ของกรุงศรีอยุธยาในสมัยสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ ทั้งนี้ จังหวัดชุมพรเป็นจังหวัดที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ทั้งบนบกและในน้ำ จนได้รับการขนานนามว่า “เมืองอู่น้ำอู่น้ำของภาคใต้เมือง” ซึ่งมีทั้งทรัพยากรแร่ธาตุ ป่าไม้ แม่น้ำลำคลอง ฝั่งทะเลและชายหาด ทรัพยากรทางทะเล ปะการังน้ำตื้น ปะการังน้ำลึก และป่าไม้ เนื่องจากจังหวัดชุมพรตั้งอยู่ในเขตอากาศมรสุมร้อนชื้น จึงมีพันธุ์ไม้เศรษฐกิจขึ้นอยู่หนาแน่นและครอบคลุมทุกอำเภอ ทั้งนี้ ประชากรในจังหวัดชุมพรมีประมาณ 0.51 ล้านคน ทั้งชาวไทยและกลุ่มชาติพันธุ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวมอญ ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและการประมง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดชุมพร อาทิ อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะทะเลชุมพร หาดทุ่งวัวแล่น สวนนายดำ ต้นน้ำพะโต๊ะ และศาลกรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์

สำหรับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรที่สำคัญ ได้แก่ เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ฝั่งทะเลตะวันตก (The Royal Coast หรือ Thailand Riviera) โดยมีคาดหวังเพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้สู่เมืองรองและชุมชนตามนโยบายรัฐบาล มีเป้าหมายเพื่อการเชื่อมโยงและประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคมในเขตพื้นที่ ตลอดจนส่งเสริมการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นทั้งภายในเขตและภายนอกเขต รวมทั้งการพัฒนาฐานทรัพยากรพื้นฐานทางท่องเที่ยว ทั้งทางด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านทุนมนุษย์ และด้านคุณภาพการบริการ เพื่อพัฒนาสู่การเป็นเมืองพักผ่อนเพื่อสุขภาพพระดบโลก พร้อมส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถทางการแข่งขันทางตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น

การเชื่อมโยงสู่จังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4 (ถนนเพชรเกษม) ระบบราง โดยทางรถไฟสายใต้ ซึ่งสุดปลายทางที่สถานีรถไฟสุโขทัย-ลก จังหวัดนราธิวาส การเชื่อมโยงทางอากาศโดยใช้ท่าอากาศยานชุมพร นอกจากนี้ ยังมีแผนการพัฒนาเส้นทางการเชื่อมโยงในอนาคต ได้แก่ โครงการรถไฟความเร็วสูงสายใต้ สายใต้ (กรุงเทพ - ปาดังเบซาร์) ซึ่งช่วงหัวหิน - ปาดังเบซาร์ ยังเป็นเพียงแนวคิดเท่านั้น รวมไปถึงแผนการพัฒนาระบบทางรถไฟรางคู่ ซึ่งสร้างขนานกับทางรถไฟสายเดิม ตลอดจน แผนการก่อสร้างทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง หมายเลข 8 นครปฐม - ชุมพร - พัทลุง - ปัตตานี - ด่านสุโขทัย (นราธิวาส) ซึ่งยังไม่ได้เริ่มต้นก่อสร้าง

4.1.7 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดชลบุรี

จังหวัดชลบุรี เป็นจังหวัดตั้งอยู่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 83 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 4,363 ตารางกิโลเมตร เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจสำคัญของภาคตะวันออกอย่างมากทั้งในด้านพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศ เป็นที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่หลายแห่ง ศูนย์รวมการศึกษาของภาคตะวันออก ศูนย์กลางด้านการค้าและเศรษฐกิจของภาคตะวันออก รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง โดยที่จังหวัดชลบุรีมีประชากรประมาณ 1,500,000 คน

สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีมีทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (วัดใหญ่อินทาราม) วัฒนธรรมประเพณี (ประเพณีวิ่งควาย) และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ สวนสัตว์เปิดเขาเขียว อ่างศิลา แหลมแท่น หาดบางแสน เกาะลอย เกาะสีชัง แหลมฉบัง บางเสร่ เกาะล้าน รวมไปถึงเมืองพัทยา ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ถูกประกาศเป็นพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชลบุรี โดยที่จังหวัดชลบุรีมีวิสัยทัศน์ "ฐานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมสะอาด แหล่งท่องเที่ยวนานาชาติ แหล่งผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย ประตูสู่เศรษฐกิจโลก สังคมแห่งการเรียนรู้และมีภูมิคุ้มกัน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นฐานการพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน" ตามแผนพัฒนาจังหวัดชลบุรี 4 ปี (2561 – 2564) ซึ่งประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดที่ 2 ซึ่งมุ่งปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและได้มาตรฐานสากล นอกจากนี้ ยังมีเขตเศรษฐกิจแหลมฉบัง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้แหลมฉบังเป็นแหล่งที่ตั้งท่าเรือแหลมฉบัง ที่ตั้งนิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ประกอบด้วยอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก อุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดเล็ก รวมทั้งย่านธุรกิจการค้า ชุมชนที่อยู่อาศัย นอกจากนี้ ยังมีการประกาศเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ซึ่งมีนโยบายส่วนหนึ่งเพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่สามจังหวัดในภาคตะวันออก ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรีและระยอง ส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับโลก รวมถึงความร่วมมือด้านการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและกลุ่มเชิงสุขภาพ

การเชื่อมโยงสู่จังหวัดชลบุรี โดยอาศัยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 (สุขุมวิท) และทางหลวงพิเศษบูรพาวิถี นอกจากนี้ ยังสามารถเดินทางโดยทางหลวงพิเศษระหว่างเมืองหมายเลข 7 (กรุงเทพฯ - ชลบุรี) ระบบรางโดยทางรถไฟ โดยเส้นทางรถไฟสายตะวันออก กรุงเทพฯ-ฉะเชิงเทรา-อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรีมีสนามบินตั้งอยู่หลายแห่ง สนามบินศรีราชา สนามบินหนองปรือ แต่ไม่เปิดบริการในเชิงพาณิชย์ รวมไปถึงท่าอากาศยานใกล้เคียง ได้แก่ ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ สมุทรปราการ และท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา จังหวัดระยอง นอกจากนี้ มีโครงการพัฒนาระบบเชื่อมโยงคมนาคมที่จะเปิดใช้ในอนาคตอันใกล้ ได้แก่ โครงการก่อสร้างมอเตอร์เวย์ 3 เส้นทาง ได้แก่ กรุงเทพฯ-ชลบุรี, พัทยา-มาบตาพุด และแหลมฉบัง-

นครราชสีมา โครงการรถไฟทางคู่ (ช่วงฉะเชิงเทรา-คลองสิบก้า-แก่งคอย) และโครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน ‘ดอนเมือง-สุวรรณภูมิ-อู่ตะเภา’

4.1.8 ข้อมูลทั่วไปของบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ

บางกะเจ้าเป็นเกาะเทียมที่เกิดจากคั้งแม่น้ำเจ้าพระยาโดยมีคลองลาดโพธิ์เชื่อมแม่น้ำทางทิศตะวันตก ตั้งอยู่ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ครอบคลุมพื้นที่ 16 ตารางกิโลเมตร โดยพื้นที่ส่วนใหญ่ ยังคงเป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีประชากรอาศัยไม่หนาแน่น ดังนั้น บางกะเจ้าจึงได้รับการขนานนามว่า "ปอดสีเขียว" ของกรุงเทพฯ โดยพื้นที่บางกะเจ้าประกอบด้วยเขตการปกครองระดับตำบล 6 ตำบล ได้แก่ ตำบลทรงคนอง ตำบลบางกระสอบ ตำบลบางน้ำผึ้ง ตำบลบางยอ ตำบลบางกะเจ้า และตำบลบางกอบัว มีประชากรที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่ประมาณ 39,000 คน โดยส่วนใหญ่ยังประกอบอาชีพเกษตรกรรม ค้าขาย และรับจ้าง อย่างไรก็ตาม พื้นที่บางกะเจ้าได้ถูกจัดเป็นพื้นที่สงวนสำหรับเป็นพื้นที่สีเขียวของกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช โดยในปี 2542 สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้ก่อสร้างสวนสาธารณะและสวนพฤกษชาติ เนื้อที่ 148 ไร่ และได้รับพระราชทานชื่อว่า "ศรีนครเขื่อนขันธ์"

สถานที่ท่องเที่ยวในบางกะเจ้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักคือ สวนสาธารณะและสวนพฤกษชาติ "ศรีนครเขื่อนขันธ์" เปิดให้เข้าชมทุกวัน นอกจากนี้ยังมีบ้านรูปหอม ตลาดบางน้ำผึ้ง พิพิธภัณฑ์ปลากัดไทย ซึ่งล้วนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เปิดให้เข้าชมเฉพาะวันเสาร์ อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมบริเวณรอบบางกะเจ้าโดยการเช่ารถจักรยานที่ชุมชนเตรียมไว้ให้สำหรับนักท่องเที่ยวในจุดให้บริการรอบ ๆ พื้นที่ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น

การเดินทางไปยังบางกะเจ้า โดยอาศัยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 303 (ถนนสุขสวัสดิ์) แยกเข้าถนนวงแหวนอุตสาหกรรมแล้วเบี่ยงซ้ายเข้าสู่ถนนพระราชวิริยารักษ์ และออกสู่ซอยทรงธรรม จนกระทั่งไปถึงถนนเพชรหิรัญ ซึ่งเป็นถนนสายหลักในบางกะเจ้า นอกจากนี้ยังสามารถเดินทางข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาโดยอาศัยเรือข้ามฟากจากท่าเรือหลัก ๆ ริมน้ำเจ้าพระยา อาทิ ท่าเรือคลองเตยนอก - ท่าเรือบางกะเจ้า ท่าเรือบางนา - ท่าเรือบางน้ำผึ้งนอก

4.1.9 ข้อมูลทั่วไปของบ้านละทาย จังหวัดศรีสะเกษ

บ้านละทาย เป็นชุมชนเผ่าลาว ซึ่งเป็นหนึ่งใน 4 ชชาติพันธุ์พื้นเมืองของจังหวัดศรีสะเกษซึ่งประกอบด้วย ลาว เขมร ส่วน และเยอ ซึ่งบ้านละทายในปัจจุบันมีฐานะเป็นตำบล ในอำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ มีพื้นที่ประมาณ 21 ตารางกิโลเมตร ชาวละทายมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกรด้วยการทำนา ปลูกพริก และหอมแดง ส่วนอาชีพเสริมจะเป็นการค้าขายและรับจ้างทั่วไป ผลิตภัณฑ์เด่นในตำบลละทาย คือ เสือเตย และกระเป๋าด้า

การท่องเที่ยวบ้านละทาย เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเชิงวัฒนธรรมพื้นบ้าน เนื่องจากบ้านละทายเป็นหมู่บ้านต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแหล่งรวมปราชญ์ชาวบ้าน และภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดศรีสะเกษ อาทิ ปราชญ์ชาวบ้านด้านเครื่องจักรสาน ด้านศิลปะพื้นบ้านเพลงพื้นบ้านลำต่อกลอน ด้านการทอดกฐน ด้านเศรษฐกิจพอเพียงและการทำเกษตรปลอดภัย และด้านพลังงานทดแทน สำหรับการเดินทางสู่บ้านละทาย อาศัยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2086 ซึ่งแยกจากทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 226 ระหว่างศรีสะเกษ-อุบลราชธานี

4.2 ความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้

การสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อพิสูจน์ความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้สู่ชุมชนใน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งกิจการ โรงแรม ร้านอาหาร และร้านขายของที่ระลึก เพื่อได้ทราบและเข้าใจถึงรูปแบบ วิธีการ ขั้นตอนการประกอบกิจการที่มีส่วนเชื่อมโยงไปสู่การกระจายรายได้ทั้งในรูปแบบการจ้างงาน การซื้อสินค้าที่ผลิตโดยคนที่อาศัยในพื้นที่ตั้งของกิจการและการกระจายรายได้ในรูปแบบอื่น พื้นที่ศึกษาประกอบด้วย จังหวัดสมุทรปราการ(บางกะเจ้า) ชลบุรี(พัทยา) เลย หนองคาย ศรีสะเกษ เชียงใหม่ เชียงราย ชุมพร และภูเก็ต โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม 14 แห่ง และร้านอาหาร 6 แห่ง ศูนย์รวมการค้า 3 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวชุมชน 2 แห่ง

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้สู่ชุมชนในพื้นที่ตามกรอบการศึกษา 3 ช่องทางหลัก ประกอบด้วย ช่องทางด้านราคา ช่องทางด้านการผลิต และช่องทางการกระจายรายได้ของภาครัฐ ผลการศึกษาซึ่งนำเสนอรูปแบบการดำเนินงานของกิจการท่องเที่ยวจำแนกตามช่องทางดังกล่าว ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการศึกษารูปแบบความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้

ช่องทางการกระจายรายได้	ประเภทกิจการ	
	โรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท	ร้านค้า/ร้านอาหาร
ช่องทางด้านราคา		
ช่องทางที่ 3 คนในพื้นที่เป็นผู้ขายสินค้าโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยว	- โรงแรม ฯ ไม่นำสินค้าจากคนในพื้นที่ (OTOP) จากภายนอกมาวางจำหน่ายในโรงแรม ฯ แต่จะแนะนำให้ผู้เข้าพักไปซื้อสินค้าดังกล่าวที่แหล่งจำหน่าย - โรงแรม ฯ เป็นผู้แนะนำ จัดหาบริษัทนำเที่ยว ผู้นำเที่ยว รวมทั้งรถรับจ้างให้กับลูกค้าผู้มาพักที่ต้องการ - โฮมสเตย์ที่บางกะเจ้า มีบริการนำเที่ยวด้วยการปั่นจักรยานโดยไกด์ที่เป็นคนในพื้นที่ ปัญหา - ผู้ประกอบการต้องจดทะเบียนธุรกิจนำเที่ยว/ธุรกิจนวด สปา โดยกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับผู้ขอจดทะเบียน กิจกรรมโรงแรม ฯ มองเห็นเป็นความยุ่งยาก	- ร้านค้า ที่ผู้ค้า/เจ้าของร้านจะเป็นคนในพื้นที่ แต่สินค้าสินค้าที่นำมาจำหน่ายอาจไม่ใช่สินค้าที่ผลิตขึ้นเอง - ร้านอาหาร ใช้วัตถุดิบที่คนในพื้นที่นำมาเสนอขายโดยตรง เพื่อประกอบอาหารบริการนักท่องเที่ยว - ตลาดเกษตร/ตลาดบางน้ำผึ้ง สินค้าเป็นผลผลิตที่ได้จากในพื้นที่ ปัญหา - สินค้าไม่ได้ความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควรเป็น - สินค้าบางชนิดอาจด้อยกว่าสินค้าชนิดเดียวกันที่ผลิตในพื้นที่อื่น

ช่องทางการกระจายรายได้	ประเภทกิจการ	
	โรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท	ร้านค้า/ร้านอาหาร
	- สินค้า OTOP ที่กิจการโรงแรมจะนำเข้ามาวางจำหน่ายมีลักษณะที่เหมือนกับสินค้าจากแหล่งผลิต นักท่องเที่ยวนิยมไปซื้อที่แหล่งผลิต ทำให้สินค้าในโรงแรมตกค้าง และสินค้าบางชนิดเน่าเสีย	
ช่องทางที่ 4 คนในพื้นที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหรือกิจการโดยชุมชน	รูปแบบการเป็นเจ้าของ 7 รูปแบบ <i>กิจการขนาดเล็ก</i> (1) คนในพื้นที่ลงทุนเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว (3) เจ้าของกิจการย้ายจากต่างพื้นที่เข้ามาอยู่อาศัยและดำเนินธุรกิจในพื้นที่ <i>กิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่</i> (4) กิจการครอบครัวของคนในพื้นที่หรือระบบ “กงสี” (5) คนในพื้นที่ร่วมหุ้นกับคนจากต่างพื้นที่ โดยที่คนต่างพื้นที่ไม่ได้ย้ายเข้ามาอยู่อาศัยในพื้นที่ (6) ผู้ถือหุ้นเป็นคนต่างพื้นที่ทั้งหมด (7) รูปแบบของบริษัทร่วมลงทุน	รูปแบบการเป็นเจ้าของ 3 รูปแบบ <i>ร้านค้าและร้านอาหาร</i> (1) คนในพื้นที่ลงทุนเป็นกิจการเจ้าของคนเดียว (2) กิจการครอบครัวของคนในพื้นที่หรือระบบ “กงสี” <i>ตลาดเกษตร/ตลาดน้ำบางกะเจ้า</i> (3) ผู้นำชุมชนเป็นผู้ดำเนินการ ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ปัญหา กรณีตลาดเกษตรเป็นของผู้นำชุมชน สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการแต่ไม่มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของอาจมีส่วนทำให้สมาชิกละเลยในการดูแล ประชาสัมพันธ์หรือดูแลงานในส่วนต่าง ๆ ในตลาดเท่าที่ควรเป็น
ช่องทางการด้านการผลิต		
ช่องทางที่ 1 ธุรกิจท่องเที่ยวจ้างงานคนในพื้นที่	<i>กิจการขนาดเล็ก</i> (1) จ้างพนักงานจำนวนไม่มาก (3-4 คน) ระดับกึ่งฝีมือ พนักงานเกือบทั้งหมดเป็นคนในพื้นที่ สำหรับงานซ่อมที่ต้องใช้ความชำนาญใช้วิธีจ้างเหมาจากภายนอก (2) จ้างพนักงานที่เป็นนักศึกษาในระดับปริญญาตรีทั้งหมด (3) กิจการจ้างแรงงานชั่วคราว (เฉพาะเสาร์-อาทิตย์) ซึ่งส่วนใหญ่เป็น	<i>กรณีร้านค้า/ร้านอาหารขนาดเล็ก</i> คนในครอบครัวช่วยกัน หรือจ้าง “ลูกจ้าง” เพียง 1-2 คน สำหรับล้างจานหรือทำอาหาร <i>กรณีร้านอาหารขนาดใหญ่</i> (1) จ้างพนักงานวุฒิมัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวนมาก (2) จ้างพนักงานวุฒิมัธยมศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวนมาก และจ้างลูกจ้างชั่วคราว โดยให้ค่าตอบแทนเป็นรายวัน

ช่องทางการกระจายรายได้	ประเภทกิจการ	
	โรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท	ร้านค้า/ร้านอาหาร
	คนในพื้นที่ กิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่ (4) จ้างพนักงานระดับกึ่งฝีมือจำนวนมาก พนักงานฝ่ายช่างต้องมี ความสามารถหลากหลาย แต่พนักงานระดับปริญญาตรีน้อย (5) เจ้าหน้าที่ระดับบริหารของโรงแรม ขนาดใหญ่บางคนเป็นชาวต่างชาติ ** เกือบทุกกิจการไม่มีบริการนวด ผ่อนคลาย/สปา ปัญหา - โรงแรมฯ ขนาดกลางและเล็กให้ ข้อมูลว่า คนในพื้นที่และคนไทยไม่ นิยมทำงานบริการ จำเป็นต้องจ้าง แรงงานต่างด้าวเป็นการทดแทน	(3) ร้านอาหารขนาดใหญ่บางแห่ง จ้างพ่อครัวจากต่างประเทศ (ญี่ปุ่น)
ช่องทางที่ 2 คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้กับกิจการท่องเที่ยว	กิจการขนาดกลางที่มีห้องอาหารและบริการจัดเลี้ยง (1) กิจการซื้อของสดและของแห้งจากผู้ผลิตในพื้นที่โดยเฉพาะจากไร่-สวนรอบบริเวณโรงแรม ฯ โดยตรง สำหรับสินค้าอื่น ๆ กิจการจะเลือกซื้อจากตลาดสด (2) กิจการซื้อของสดและของแห้งจากตลาดสดในพื้นที่ หากซื้อปริมาณมากจะส่งซื้อล่วงหน้า กิจการขนาดกลางที่มีบริการเฉพาะอาหารเช้า (3) กิจการซื้อของสดและของแห้งจากตลาด วัตถุดิบอื่นจากร้านสะดวกซื้อ ห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ * กิจการขนาดเล็กและกลางทุกแห่ง ซื้อสินค้าสิ้นเปลืองจาก ห้างสรรพสินค้า หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ กิจการขนาดใหญ่	กิจการร้านอาหาร (1) ร้านอาหารซื้อของสดและของแห้ง จากตลาดสดในพื้นที่ (2) ร้านอาหารซื้อของสดและของแห้งจากชาวบ้านที่นำผลผลิตจากไร่-สวนของตนเอง ส่วนวัตถุดิบอื่น ๆ ซื้อจากตลาดสด กิจการร้านค้า (1) ร้านค้าผลิตเองหรือรับมาวางขายแล้วแบ่งผลกำไรระหว่างร้านค้าและผู้ผลิต (2) ร้านค้ารับสินค้าที่ผลิตมาจากพื้นที่อื่น ๆ ปัญหา สินค้าที่รับมาจากชาวบ้านหรือเกษตรกรโดยตรง ไม่สามารถควบคุมปริมาณและคุณภาพได้ บางครั้งอาจไม่ได้คุณสมบัติตามความต้องการ บางครั้งผลิตได้ไม่ทันตามความต้องการ

ช่องทางการกระจายรายได้	ประเภทกิจการ	
	โรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท	ร้านค้า/ร้านอาหาร
	สั่งซื้อสินค้าประเภทอาหารสดมาจาก Supplier โดยระบุคุณสมบัติของสินค้าแต่ละชนิด และ Supplier นำมาส่งตามที่ตกลงกันได้ ปัญหา อาหารสดและของใช้สิ้นเปลืองต่าง ๆ กิจการเกือบทั้งหมดไม่ซื้อจากชุมชน ผู้ผลิตโดยตรงเนื่องจาก ไม่สามารถ ควบคุมคุณภาพและปริมาณให้เป็นไปตามต้องการได้	
ช่องทางที่ 6 กิจการท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่	(1) กิจการเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถลางานสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันเพื่อไปทำงานอื่นได้ (2) กิจการมีนโยบายให้ความช่วยเหลือพนักงาน (3) กิจการเพิ่มโอกาสการมีรายได้ให้กับคนในพื้นที่ในด้านการให้บริการต่าง ๆ (4) การมีอยู่ของกิจการบางแห่งทำให้เกิดการพัฒนาต่าง ๆ ในพื้นที่รอบ ๆ อาทิ การเกิดร้านค้า การตั้งโรงแรม/รีสอร์ทใหม่ รวมไปถึงเกิดกระแสดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่ (โรงแรมเป็น Landmark ที่สำคัญ) (5) กิจการทำกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นระยะ ๆ ปัญหา - กิจการโรงแรม/รีสอร์ทบางแห่งมีการติดต่อผู้ให้บริการภายนอกเพื่อนำเที่ยว สปา หรือซื้อสินค้าบางประเภทจากผู้ขาย หรือผู้ให้บริการเจ้าประจำเพียง 1-2 รายเท่านั้น	(1) กิจการเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถลางานสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันเพื่อไปทำงานอื่นได้ (2) กิจการมีนโยบายให้ความช่วยเหลือพนักงาน (3) กิจการรับซื้อสินค้าที่ได้จากการผลิตของคนในพื้นที่ (4) กิจการทำกิจกรรมเพื่อสังคมเป็นระยะ ๆ ปัญหา - พนักงานในบางกิจการมีการเปลี่ยนงานบ่อย คนในพื้นที่และคนไทยไม่นิยมทำงานบริการ - สินค้าที่ผลิตจากคนในพื้นที่ไม่ตรงกับความต้องการของกิจการ

ช่องทางการกระจายรายได้	ประเภทกิจการ	
	โรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท	ร้านค้า/ร้านอาหาร
ช่องทางการใช้จ่ายของภาครัฐ		
ช่องทางที่ 5 รายได้ที่เกิดจากการเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว	กิจการพยายามเสียภาษีให้กับภาครัฐอย่างถูกต้อง และให้พนักงานเข้าสู่ระบบประกันสังคม	กิจการเสียภาษีให้กับภาครัฐอย่างถูกต้อง โดยยึดถือเป็นหน้าที่และเป็นการตอบแทนสังคม
	ปัญหา มีการเรียกเก็บภาษีที่ซ้ำซ้อนและจากหลายองค์กร รวมถึงวิธีการคำนวณภาษีที่แตกต่างกัน	
ช่องทางที่ 7 โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	บางพื้นที่ไม่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐ ในขณะที่ บางพื้นที่เข้าใจว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอาจทำให้พื้นที่เป็นเพียงทางผ่านสำหรับการเดินทางไปยังที่อื่น	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทำให้การเดินทางสะดวกขึ้น นักท่องเที่ยวมากขึ้น รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
	ปัญหา บางพื้นที่ขาดการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐาน โครงสร้างพื้นฐานมีความทรุดโทรมลงเรื่อย ๆ อาทิ ถนนชำรุด ไฟกลางคืนไม่เพียงพอ ระบบจัดเก็บขยะไม่เพียงพอ เป็นต้น	ปัญหา การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานการไม่ชัดเจน

4.2.1 ช่องทางด้านราคา (Prince Channel)

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้สู่ชุมชนในพื้นที่ตามกรอบการศึกษาในประเด็นช่องทางด้านราคา ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือผู้ผลิตในชุมชนสามารถขายสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวในราคาที่สูงขึ้นตามกลไกของห่วงโซ่มูลค่า ดังนั้น คนในพื้นที่จึงมีโอกาสดำเนินการได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวผ่านช่องทางด้านราคา ตามกรอบการวิเคราะห์ความเชื่อมโยง 7 ช่องทางที่ประยุกต์ขึ้นสำหรับเป็นกรอบการศึกษาในครั้งนี้ ช่องทางที่เกี่ยวข้องด้านราคา ได้แก่ ช่องทางที่ 3 และช่องทางที่ 4 ผลการสำรวจมีดังนี้

ช่องทางที่ 3 คนในพื้นที่เป็นผู้ขายสินค้า โดยในช่องทางนี้มีวัตถุประสงค์ว่าคนในพื้นที่ทั้งในตัวจังหวัดหรือใกล้สถานที่ท่องเที่ยวได้มีโอกาสขายสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยวโดยตรงหรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งโรงแรม ฯ และร้านค้า ร้านอาหาร ทำให้ทราบรูปแบบของการนำสินค้าของคนในพื้นที่มาจำหน่ายในโรงแรมหรือร้านค้า ดังนี้

กรณีกิจการโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท

ผู้ประกอบการโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท ที่เป็นตัวอย่างให้สัมภาษณ์เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการวิจัยให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกันว่า ทางโรงแรม ฯ ไม่นำสินค้าจากภายนอกมาวางจำหน่ายในโรงแรม ฯ ซึ่งสินค้าภายนอกในที่นี้ หมายถึง สินค้าพื้นบ้าน สินค้า OTOP ของฝาก หากผู้เข้าพักต้องการสินค้านี้ ทางโรงแรม ฯ จะแนะนำให้ผู้เข้าพักไปซื้อสินค้านี้ที่แหล่งจำหน่าย

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการรายหนึ่งให้ทัศนะว่า “แต่เดิมทางโรงแรมฯ ได้นำสินค้าจากพื้นที่มาวางจำหน่ายในโรงแรมฯ ทั้งของที่ระลึก อาหารที่เป็นของฝาก รวมไปถึงไวน์ ที่ผลิตจากพื้นที่ โดยนำมาจัดแสดงในปริมาณมากเพื่อดึงดูดความสนใจผู้เข้ามาพัก อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้เข้ามาพักจะให้ความสนใจสินค้านั้น ๆ แต่เลือกที่จะไปซื้อที่แหล่งจำหน่ายมากกว่าที่จะซื้อที่โรงแรม ฯ ทั้งนี้ โรงแรมตั้งราคาขายเท่ากับแหล่งจำหน่าย ทำให้มีสินค้าตกค้างจำนวนมาก ถึงกระนั้น โรงแรมฯ มีศักยภาพในการเปลี่ยนสินค้า โดยรับสินค้าใหม่มาแทนของเดิมที่เก่าแล้วเปลี่ยนออกไป แต่ทั้งนี้เป็นรายจ่ายของโรงแรมฯ ที่ไม่เกิดประโยชน์ต่อโรงแรมฯ”

ผู้จัดการโรงแรมหนึ่งในจังหวัดหนองคาย

สำหรับบริการนำเที่ยวรวมทั้งรถบริการขนส่ง ผู้ประกอบการโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท ที่เป็นตัวอย่างให้ข้อมูลสอดคล้องตรงกันว่าไม่มีบริการที่เป็นของโรงแรมฯ ให้กับลูกค้าผู้มาพัก แต่ทางโรงแรมจะเป็นผู้แนะนำจัดหาบริษัทนำเที่ยว ผู้นำเที่ยว รวมทั้งรถรับจ้างให้กับลูกค้าผู้มาพักที่ต้องการบริการดังกล่าว

กรณีกิจการร้านอาหาร

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหาร ทำให้ทราบว่าในประเด็นที่เกี่ยวกับการขายสินค้าจากคนในพื้นที่สู่นักท่องเที่ยวโดยตรงนั้นไม่สามารถพบได้อย่างชัดเจน นอกจากรูปแบบการขายอาหารของร้านอาหารที่เป็นของคนในพื้นที่และขายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งร้านอาหารทั้งหมดได้ซื้อวัตถุดิบจากคนในพื้นที่มาเพื่อปรุงอาหารให้กับลูกค้าที่เป็นทั้งคนพื้นที่และนักท่องเที่ยวจากต่างพื้นที่ รูปแบบดังที่กล่าวมานั้น อาจนับได้ว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ทางหนึ่ง

กิจการร้านค้า

การสำรวจข้อมูลในพื้นที่จังหวัดท่องเที่ยว อาทิ บ้านช้างวัด จังหวัดเชียงใหม่ และตลาดอินโดจีน จังหวัดหนองคาย ร้านขายของที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า แม่ผู้ค้า/เจ้าของร้านเป็นคนในพื้นที่นั้น ๆ แต่สินค้าที่นำมาจำหน่ายอาจไม่ใช่สินค้าที่ผลิตขึ้นเอง ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์พบว่า บางร้านซื้อสินค้าที่มีลักษณะคล้ายสินค้าพื้นเมืองมาจากที่อื่น รวมไปถึงมากำมาจากประเทศจีน อาทิ ผ้าทอ ผ้าไหม เสื้อผ้า ของที่ระลึกที่

ทำจากไม้ ในขณะที่ เชียงราย ไนท์บาซาร์ ที่มีร้านค้าจำหน่ายสินค้าที่ระลึกโดยจำหน่ายสินค้าทั้งที่ผลิตขึ้นจากในท้องถิ่น (เชียงราย) แล้วสินค้าจากต่างพื้นที่ที่มีลักษณะคล้ายกันปะปนกันไป ซึ่งเมื่อสอบถามเกี่ยวกับสาเหตุของการนำสินค้าจากต่างประเทศมาขายให้กับนักท่องเที่ยวจากสถานที่ต่าง ๆ ทำให้ทราบว่า สินค้าที่ผลิตขึ้นภายในท้องถิ่นส่วนใหญ่มีราคาสูง ในขณะที่สินค้าจากต่างพื้นที่หรือจากต่างประเทศมีราคาถูกกว่า และใช้ต้นทุนการแสวงหาสินค้ามาเพื่อจำหน่ายน้อยกว่า ทำให้ผู้ขายได้กำไรมากขึ้น ประกอบกับนักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าที่มีราคาถูกกว่าแต่มีลักษณะที่คล้ายกันได้ง่ายกว่า ทำให้ร้านค้าขายได้มากกว่าการนำสินค้าในพื้นที่มาขาย

อย่างไรก็ตาม ถนนคนม่วน จังหวัดเชียงราย และถนนคนเดิน จังหวัดหนองคาย เป็นกิจกรรมเปิดร้านบนท้องถนนซึ่งทั้ง 2 แห่งมีความแตกต่างกัน คือ ถนนคนม่วน จังหวัดเชียงราย เปิดทำการทุกวันอาทิตย์ 16.00-22.00 น. โดยประมาณ ดำเนินการโดยเอกชน ที่เกิดจากความร่วมมือกันของห้างร้านบริเวณถนนสันโค้งน้อย อ.เมือง จ.เชียงราย โดยเปิดให้ร้านค้าได้นำสินค้าหัตถกรรมที่ส่วนใหญ่เป็นสินค้าพื้นเมืองมาวางจำหน่าย โดยสินค้านี้ดักกล่าว รวมไปถึงงานหัตถกรรมของชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่บนพื้นที่สูงในพื้นที่จังหวัดเชียงราย กลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในขณะที่ถนนคนเดิน จังหวัดหนองคาย ตั้งอยู่บริเวณริมแม่น้ำโขงช่วงตลาดอินโดจีน เปิดทำการทุกวันอาทิตย์ 16.00-22.00 น. โดยประมาณ ดำเนินการโดยความร่วมมือจากหน่วยงานราชการต่าง ๆ อาทิ เทศบาลฯ พาณิชย์จังหวัด และเอกชน โดยเปิดให้พ่อค้านำสินค้าพื้นเมืองมาวางจำหน่ายให้กับคนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศได้เลือกซื้อ รวมทั้งมีบริเวณร้านอาหาร เวทีการแสดงวัฒนธรรมต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม จากการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการโรงแรม ผู้ประกอบการร้านค้า รวมถึงทัศนคติของคนในพื้นที่ที่ให้สัมภาษณ์ ทำให้ทราบว่า สินค้าพื้นเมืองของจังหวัดหนองคาย ไม่มีความแตกต่างจากสินค้าพื้นเมืองจากอุดรธานี ขอนแก่น เลย รวมไปถึงไม่แตกต่างจากสินค้าพื้นเมืองของ สปป.ลาว ซึ่งเป็นพื้นที่ใกล้เคียงกันทั้งสิ้น ดังนั้น การขายสินค้าพื้นเมืองบริเวณถนนคนเดินหนองคาย รวมถึงบริเวณใกล้เคียงจะไม่ได้ได้รับความสนใจมากนัก

สำหรับด้านผู้ประกอบการกิจการโรงแรมที่ดำเนินนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการจากในพื้นที่ตรงไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ พบปัญหาการกระจายรายได้ที่เกี่ยวข้องกับการที่คนในพื้นที่เป็นผู้ขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง สามารถระบุได้ 3 ประเด็นดังนี้

ประเด็นที่ 1 จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรม พบว่า กิจการโรงแรมไม่นิยมให้บริการด้านสปา และให้บริการนำเที่ยวโดยโรงแรมเอง เนื่องจาก ผู้ประกอบการที่ต้องการทำธุรกิจนำเที่ยว หรือประกอบธุรกิจสปา ต้องจดทะเบียนประกอบการธุรกิจนำเที่ยว/ธุรกิจสปาตามกฎหมาย โดยกำหนดคุณสมบัติเฉพาะสำหรับผู้ขอจดทะเบียน รวมทั้งการอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรณีต้องใช้เรือต้องได้รับอนุญาตจากกรมเจ้าท่า กรณีที่ดำเนินการในเขตอุทยานแห่งชาติต้องได้รับอนุญาตจากกรมป่าไม้ฯ

ทั้งนี้ กิจกรรมโรงแรมฯ มองเห็นเป็นความยุ่งยาก อย่างไรก็ตาม นักวิจัยได้รับข้อมูลจากผู้ประกอบโรงแรมหลาย ๆ แห่งว่า โรงแรมที่ให้บริการนำเที่ยวเอง หรือให้บริการนวดและสปาเอง ในหลาย ๆ โรงแรมเป็นการประกอบกิจกรรมที่ไม่มีใบอนุญาต

ประเด็นที่ 2 กิจกรรมโรงแรมไม่นิยมนำสินค้า OTOP เข้ามาวางจำหน่ายในโรงแรม เนื่องจากสินค้า OTOP ที่ขายในโรงแรมเป็นสินค้าที่เหมือนกับสินค้าจากแหล่งผลิตและสินค้าส่วนใหญ่มาจากแหล่งผลิตเดียวกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมไปซื้อที่แหล่งผลิต ทำให้สินค้า OTOP ในโรงแรมขายไม่ได้และตกค้าง และสินค้าบางชนิดเน่าเสียได้

ประเด็นที่ 3 สินค้า OTOP ในพื้นที่ไม่มีจุดเด่นและไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควรเป็นสินค้าบางชนิดอาจด้อยกว่าสินค้าชนิดเดียวกันที่ผลิตในพื้นที่อื่น จากการศึกษาพบว่า ในหลาย ๆ จังหวัดมีสินค้า OTOP ที่คล้ายกับจังหวัดใกล้เคียง ยกตัวอย่างเช่น จังหวัดหนองคายมีสินค้าพื้นเมืองไม่แตกต่างจากสินค้าของจังหวัดอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อีกตัวอย่างหนึ่งคือ จังหวัดเชียงรายมีสินค้าพื้นเมืองไม่แตกต่างจากสินค้าของจังหวัดอื่น ๆ ในภาคเหนือ แม้ว่าอาจมีรายละเอียดในเรื่องของสินค้าของชาติพันธุ์ที่แตกต่างกันในแต่ละเผ่า แต่โดยภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าสินค้าไม่มีความแตกต่างกัน

กรณีศึกษา โรงแรมที่ให้บริการสปาและจำหน่ายสินค้า

การให้บริการสปาในโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดชลบุรี (พัทยา) ซึ่งเป็นกิจการโรงแรมขนาด 108 ห้อง ที่ก่อตั้งมาแล้วกว่า 20 ปี มีโรงแรมสาขาที่จังหวัดพิษณุโลก และสาขาปารีส ประเทศฝรั่งเศส เปิดให้บริการนวดสปาโดยให้บริการโดยพนักงานแผนกสปาของโรงแรม โดยที่พนักงานแผนกสปาของโรงแรม เป็นพนักงานหมุนเวียนซึ่งอยู่ในระยะฝึกงาน เมื่อผ่านระยะฝึกงานไปแล้วจะไปทำงานในแผนกสปาที่สาขาปารีส ประเทศฝรั่งเศส สำหรับโรงแรมที่พัทยาก็คือรับสมัครพนักงานคนใหม่เข้ามาทดแทน

นอกจากนี้ ในด้านการวางจำหน่ายสินค้า OTOP พบว่าโรงแรมแห่งเดียวกันนั้นได้วางจำหน่ายสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ คือ ตุ๊กตาปลาหมึก หรือสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับปลาหมึก ซึ่งถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ของพื้นที่ (การตกหมึก) ในขณะที่โรงแรมขนาดใหญ่ในพัทยาก็ได้เปิดโอกาสให้งานฝีมือ (handmade) เข้ามาวางขายในร้านของโรงแรมได้ รวมถึงงานจากนอกพื้นที่ที่ทำด้วยมือ อาทิ สบู่แกะสลักและพวงมาลัยสบู่จากจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสินค้านี้ดังกล่าวทั้งหมดไม่เป็นวัสดุที่เน่าเสียได้

กรณีศึกษาอีกหนึ่งตัวอย่าง ได้แก่ โฮมสเตย์ขนาดเล็กที่ในจังหวัดเชียงรายซึ่งเป็นกิจการที่มีชื่อเสียงและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นชาวฝรั่งเศส โดยนอกจากกิจการโฮมสเตย์แล้วยังมีการวางจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่ผลิตจากกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงรายทั้งผ่านทางหน้าร้านที่โฮมสเตย์และทางออนไลน์ โดยเจ้าของโฮมสเตย์เข้าไปทำความตกลงกับกลุ่มชาติพันธุ์ให้ผลิตสินค้าและส่งให้กับทางโฮมสเตย์โดยตรง โดยทางโฮมสเตย์ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ที่ต้องการซื้อสินค้านี้กับกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ผลิตสินค้า

โดยสรุป จากการสำรวจพบว่า คนในพื้นที่โดยส่วนใหญ่ไม่ได้ขายสินค้าที่ผลิตในพื้นที่โดยตรง หากแต่นำมาจากแหล่งผลิตในพื้นที่อื่น ๆ บางกรณี อาจทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าสินค้านั้น ๆ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นภายในพื้นที่นั้น ๆ ในขณะที่กิจการบางแห่งที่นำสินค้า OTOP เข้าจำหน่ายโดยเป็นสินค้าหัตถกรรมที่ผลิตจากวัสดุที่ไม่เน่าเสีย

ช่องทางที่ 4 คนในพื้นที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหรือกิจการโดยชุมชน ในช่องทางนี้ต้องการพิสูจน์ว่าคนในพื้นที่ได้มีโอกาสเป็นเจ้าของกิจการ หรือกิจการโดยชุมชนหรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

การศึกษาในประเด็นการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ในการเป็นเจ้าของกิจการ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดเป้าหมาย พบว่ารูปแบบการเป็นเจ้าของกิจการมีความแตกต่างกันไป ดังนี้

กิจการขนาดเล็ก

- (1) กิจการที่คนในพื้นที่เข้ามาลงทุนในรูปของกิจการเจ้าของคนเดียว และบริหารจัดการด้วยตนเอง จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารที่เป็นธุรกิจขนาดเล็กส่วนหนึ่ง เป็นผู้ที่มิถุมิลาเนาอยู่ในพื้นที่ ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งจากในพื้นที่ และนอกพื้นที่ รวมทั้งจากกรุงเทพมหานคร และได้กลับมายังพื้นที่โดยริเริ่มกิจการด้วยตัวเองและบริหารงานด้วยตัวเอง อย่างไรก็ตาม ได้จ้างพนักงานงานเพื่อช่วยงานด้านบริการ เช่น แม่บ้านทำความสะอาดห้อง ซักล้าง เป็นต้น
- (2) กิจการที่คนในพื้นที่เข้ามาลงทุนในรูปของกิจการเจ้าของคนเดียว แต่จ้างพนักงานเข้ามาช่วยบริหารจัดการ จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ส่วนหนึ่งเป็นคนในพื้นที่เป็นผู้ลงทุนและดำเนินกิจการ โดยได้จ้างพนักงานเพื่อช่วยบริหารงาน เช่น ผู้จัดการ ผู้ช่วยฝ่ายบัญชี เป็นต้น
- (3) กิจการที่เจ้าของกิจการย้ายจากต่างพื้นที่เข้ามาอยู่อาศัยและทำธุรกิจในพื้นที่ จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ส่วนหนึ่งไม่ได้เป็นผู้ที่มีภูมิลำเนาเดียวกันกับพื้นที่ แต่เล็งเห็นช่องทางการประกอบธุรกิจโดยเฉพาะช่องทางด้านธุรกิจโรงแรมในจังหวัดนั้น ๆ จึงได้ริเริ่มประกอบกิจการโรงแรม ฯ ขึ้น โดนได้จ้างคนในพื้นที่เพื่อช่วยงาน ซึ่งมีทั้งในระดับปฏิบัติ และระดับบริหาร อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า เจ้าของกิจการนี้หลายแห่งสมรสกับคนในพื้นที่ และตัดสินใจตั้งถิ่นฐานถาวร นอกจากนี้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกยังพบอีกว่า การริเริ่มธุรกิจโรงแรมของกิจการหลายแห่งที่ให้สัมภาษณ์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ โดยเฉพาะการประกอบอาชีพของชาวบ้านในบริเวณรอบ ๆ ที่

มีการเตรียมขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้เข้าพัก/นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ทั้งยังพบว่าเริ่มมีกิจการโรงแรมใหม่ ๆ สร้างขึ้นในพื้นที่เพิ่มจากเดิมอีกด้วย

กิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่

- (4) กิจการของครอบครัวของคนในพื้นที่ บริหารจัดการกิจการในระบบที่เรียกว่า “กงสี” โดยที่สมาชิกในครอบครัวเป็นผู้บริหารงานกิจการในส่วนต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่ากิจการโรงแรมที่มีขนาดกลางและขนาดใหญ่ส่วนหนึ่งเป็นกิจการที่ดำเนินงานในรูปแบบครอบครัว หรือระบบ “กงสี” ที่สมาชิกในครอบครัวช่วยเหลือกันและแบ่งงานกันทำ นอกจากนี้ ยังพบว่าได้จ้างพนักงานบางส่วนเข้ามาเพื่อช่วยบริหารงานในกิจการ เช่น การจ้างผู้จัดการทั่วไป ผู้จัดการบัญชี เข้ามาช่วยดูแลงานบัญชี เป็นต้น
- (5) กิจการที่คนในพื้นที่ร่วมหุ้นกันกับคนจากต่างพื้นที่ โดยที่คนต่างพื้นที่ไม่ได้ย้ายเข้ามาอยู่อาศัยในพื้นที่ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า กิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่ส่วนหนึ่งเกิดจากการร่วมลงทุนระหว่างคนในพื้นที่กับคนนอกพื้นที่ โดย หน้าที่การบริหารจัดการเป็นของคนในพื้นที่ ทั้งนี้ กิจการลักษณะนี้อาจจ้างพนักงานเพื่อช่วยดำเนินการทั้งในระดับบริหาร และระดับปฏิบัติการ เช่นกัน
- (6) กิจการขนาดใหญ่บางแห่ง อาทิ โรงแรมขนาดใหญ่ที่จังหวัดเชียงใหม่ มีผู้ถือหุ้นเป็นคนต่างพื้นที่ (มาจากกรุงเทพมหานคร) ทั้งหมด โดยกิจการขนาดกลางและขนาดใหญ่ส่วนหนึ่งที่มีผู้ถือหุ้นเป็นคนต่างพื้นที่ จะจ้างผู้จัดการทั่วไป ซึ่งอาจเป็นคนในพื้นที่หรือไม่ก็ได้ สำหรับดูแลงานทั่วไปของกิจการ
- (7) กิจการในรูปแบบของบริษัทร่วมลงทุน ทั้งหมด โดยการสัมภาษณ์กิจการขนาดใหญ่ส่วนหนึ่งที่มีผู้ถือหุ้นเป็นคนต่างพื้นที่ โดยจ้างผู้จัดการทั่วไป เป็นผู้บริหารจัดการโรงแรม และเป็นผู้จัดหาบุคลากรในระดับต่าง ๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของโรงแรม

สำหรับปัญหาการกระจายรายได้ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหรือกิจการโดยชุมชน จากการศึกษาพบว่า กิจการเกือบทั้งหมด มีรูปแบบการเป็นเจ้าของตามที่กล่าวมาข้างต้น โดยที่ไม่พบว่าชุมชนเป็นเจ้าของกิจการ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าไม่พบว่ามีการใดเป็นกิจการโดยชุมชนและไม่ตรงกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) ที่ชุมชนเป็นเจ้าของและมีอำนาจบริหารงานด้วยตัวเอง โดยมีความมุ่งหวังที่จะปรับปรุงสวัสดิการของคนในชุมชนให้ดีขึ้น และสามารถจัดสรรแบ่งผลประโยชน์ให้แก่คนในชุมชนได้อย่างโปร่งใส ตลอดจนสามารถรักษาประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชนไว้ได้ รวมทั้งมีส่วนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน และในท้ายที่สุด คือ สามารถสร้างให้เกิดรายได้พึ่งพาตนเองได้ ทั้งนี้ แม้ว่ากิจการบางแห่งที่สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการแต่ไม่มีส่วนร่วมเป็น

เจ้าของอาจมีส่วนทำให้สมาชิกละเลยในการดูแล ประชาสัมพันธ์ หรือดูแลงานในส่วนต่าง ๆ ในตลาดเท่าที่ควร เป็น

กรณีศึกษา ตลาดเกษตรในชุมชนบางกะเจ้า ซึ่งเป็นของผู้นำชุมชนและเปิดสมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วม ในการดำเนินการแต่ไม่มีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ โดยมีเงื่อนไขว่าให้ขายสินค้าที่ผลิตได้ในบางกะเจ้า ซึ่งเป็นการ พยายามรักษาประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน อย่างไรก็ตามด้วยปัญหาด้านการประชาสัมพันธ์ คุณภาพ และความหลากหลายของสินค้ามีความใกล้เคียงกับสินค้าภายนอก ทำให้มีนักท่องเที่ยวแวะเวียนเข้า มาซื้อสินค้าน้อยมาก ทำให้ผู้ค้าบางรายไม่เข้ามาเปิดร้านและทำให้บรรยากาศของตลาดเกษตรค่อนข้างเงียบเหงา ซึ่งอาจไม่สามารถสร้างให้เกิดรายได้และพึ่งพาตนเองจากกิจการได้

กรณีศึกษา ชุมชนบ้านละทาย อำเภออำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีสะเกษ โดย ชาวละทายมีอาชีพหลักเป็นเกษตรกรด้วยการทำนา ปลูกพริก และหอมแดง ส่วนอาชีพเสริมจะเป็นการค้าขายและรับจ้างทั่วไป ทั้งนี้ บ้านละทายเป็นหมู่บ้านต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและเชิงวัฒนธรรม พื้นบ้าน โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจพอเพียงและการทำเกษตรปลอดภัย โดยจัดแปลงสาธิตการเกษตรแบบพอเพียงและปลอดภัยสำหรับเป็นต้นแบบในการศึกษาดูงาน และเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังได้ร่วมมือกับ ชาวบ้านละทายมีการออกร้านขายสินค้าเกษตร และเวทีแสดงวัฒนธรรมของเผ่าลาว ซึ่งเป็นชาติพันธุ์ท้องถิ่น ของบ้านละทาย ซึ่งการท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) เห็นได้จาก รูปแบบ การท่องเที่ยวของบ้านละทายที่สามารถสร้างรายได้จากการกสิกรรมและวัฒนธรรมการเกษตรในชนบทตาม แบบแผนของบ้านละทาย นอกจากนี้ยังเกิดการจ้างงานของคนในพื้นที่ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเป็นการ ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นและสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านวิธีการตลาดทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่ม ผลประโยชน์ทางสังคมให้แก่สังคมเกษตรกรรมของบ้านละทาย

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์กิจการทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่าธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท และ ธุรกิจร้านค้า ร้านอาหาร ที่เป็นตัวอย่างในการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพครั้งนี้มีคนที่เข้าไปมีส่วนร่วมเป็น เจ้าของ เป็นผู้ถือหุ้นเกือบทุกแห่งไม่มีลักษณะที่เป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) และมีกิจการจำนวนน้อยที่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism)

4.2.2 ช่องทางการผลิต (Enterprise Channel)

การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการกระจายรายได้สู่ชุมชนในพื้นที่ตามกรอบการศึกษาในประเด็นช่องทางการผลิต ส่งผลไปสู่ตลาดแรงงานอันได้แก่ การจ้างงานและการได้รับค่าจ้าง (Employment-Wage Channel) โดยในงานวิเคราะห์สามารถอธิบายถึงความเป็นไปได้ในการมีงานทำและค่าจ้างที่แรงงานได้รับการผลกระทบของการท่องเที่ยว ช่องทางที่เกี่ยวข้องด้านการผลิต ตามกรอบการวิเคราะห์ความเชื่อมโยง 7 ประกอบด้วย ช่องทางที่ 1 และช่องทางที่ 2 ผลการสำรวจมีดังนี้

ช่องทางที่ 1 ธุรกิจท่องเที่ยวจ้างงานคนในพื้นที่ โดยขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ต้องการพิสูจน์ว่าการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้มีการจ้างงานคนในพื้นที่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

การสำรวจข้อมูลในพื้นที่ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า กิจการที่พัก โรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท ร้านอาหาร มีการจ้างงานคนในพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งมีในลักษณะการจ้างและรายละเอียดที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

กรณีกิจการโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท

- (1) กิจการโรงแรม ฯ ขนาดกลางและขนาดใหญ่ มีการจ้างพนักงานจำนวนมาก แต่มีการจ้างงานพนักงานที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเพียงแค่ 1 – 2 คนเท่านั้น สำหรับทำงานที่ต้องใช้ทักษะสูงเช่นการบริหาร บัญชี สำหรับตำแหน่งงานอื่น ๆ เป็นพนักงานวุฒิ ปวช. - ปวส. ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ยังมีการจ้างงานพนักงานที่สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 หรืออาจจะต่ำกว่าสำหรับทำงานที่ไม่ต้องใช้ทักษะมากเช่นพนักงานเดินของ (พนักงานเสิร์ฟในส่วนจัดเลี้ยง) พนักงานขนของ พนักงานในครัว เป็นต้น ซึ่งพนักงานทั้งหมดดังกล่าวเป็นคนในพื้นที่ และจากการสัมภาษณ์ได้ทราบข้อมูลว่ากิจการโรงแรมขนาดและขนาดใหญ่จะเลือกรับพนักงานฝ่ายช่างที่สามารถทำงานช่างได้อย่างหลากหลาย เช่น การซ่อมท่อน้ำ ซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า รวมไปถึงการดูแลสวน เป็นต้น ในขณะที่งานงานปรับปรุงโครงสร้าง หรือดูแลสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ กิจการใช้วิธีจ้างเหมาจากภายนอก ในขณะที่ เจ้าหน้าที่ระดับบริหารของโรงแรมขนาดใหญ่บางคนเป็นชาวต่างชาติ

อย่างไรก็ตาม กิจการที่เป็นตัวอย่างของการวิจัยส่วนใหญ่ไม่มีบริการนวด หรือสปาไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว แต่หากผู้ที่เข้ามาพักต้องการบริการดังกล่าว กิจการโรงแรมฯ จะใช้วิธี “เรียกใช้ผู้ให้บริการจากร้านนวดแผนโบราณ” จากบริเวณใกล้เคียงเข้ามาบริการให้กับผู้ที่เข้ามาพักที่ห้องพัก โดยไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม นอกจากนี้ ด้านทักษะทางภาษาโรงแรมบางแห่งให้ค่าตอบแทนเพิ่มเติมหากพนักงานมีความสามารถด้านภาษามากกว่าภาษาอังกฤษ เช่น ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษารัสเซีย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม โรงแรมเกือบทุกแห่งให้ค่าตอบแทนเบื้องต้นแก่

พนักงานเป็นค่าแรงขั้นต่ำ แม้ว่าการทำงานของแรงงานเป็นการทำงานต่ำระดับ คือ สำเร็จ การศึกษาระดับปริญญาตรี แต่ยินดีที่จะรับค่าตอบแทนในระดับ ปวช. ซึ่งเป็นความพึงพอใจของ ทั้งลูกจ้างและนายจ้าง

- (2) กิจการโรงแรม ฯ ขนาดเล็ก มีการจ้างพนักงานจำนวนไม่มาก (จำนวน 3-4 คน) พนักงานเกือบ ทั้งหมดเป็นคนในพื้นที่ มีเพียงบางกิจการเท่านั้นที่จ้างแรงงานต่างด้าว ส่วนใหญ่เป็นพนักงานวุฒิ ปวช. - ปวส. ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน สำหรับการจ้างงานพนักงานที่สำเร็จการศึกษาระดับ ปริญญาตรีมีน้อยมาก สำหรับทำงานที่ต้องใช้ทักษะสูงเช่นการบริหาร บัญชี สำหรับงานช่างหาก เป็นงานซ่อมเล็กน้อยเจ้าของกิจการ หรือพนักงานสามารถทำได้ หากเป็นงานซ่อมที่มีระดับ ความยาก (เช่น ส้วมตัน สายไฟชำรุด ท่อน้ำแตก เป็นต้น) กิจการใช้วิธีเรียกช่างจากภายนอกเข้า มาดำเนินการ อย่างไรก็ตาม กิจการโรงแรมขนาดเล็กที่เป็นตัวอย่างของการวิจัยแห่งนี้ได้จ้าง พนักงานทั้งหมด 3 คน ซึ่งทั้ง 3 คนเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีทั้งหมด นอกจากนี้ จากการ สัมภาษณ์พบว่ากิจการที่เป็นตัวอย่างบางแห่งเปิดพื้นที่บางส่วนให้คนในพื้นที่เข้ามาเช่าเพื่อเปิด ร้านนวดแผนโบราณ โดยกิจการได้รับประโยชน์เฉพาะค่าเช่า เท่านั้น

กรณีกิจการร้านอาหาร

- (3) ร้านอาหารขนาดใหญ่ การจ้างงานในร้านมีจำนวนมาก โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนหลักคือ พนักงานครัว และพนักงานเดินอาหาร ซึ่งบางแห่งพนักงานเดินอาหารเป็นผู้คิดเงินและรับชำระเงินค่าอาหาร ด้วย นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ร้านอาหารขนาดใหญ่บางแห่งพบว่า มีการเปิดให้นักเรียน ระดับมัธยมศึกษา - ปวช. - ปวส. และนักศึกษาระดับปริญญาตรีเข้ามาช่วยงานในร้านโดยสมัคร ใจและไม่ได้เป็นพนักงานประจำของร้าน โดยสามารถเข้ามาทำงานในร้านช่วงเวลาวางหลังเลิก เรียน วันหยุด หรือช่วงปิดเทอม หมุนเวียน-สลับกันวันละ 4-6 คน ทั้งนี้ ทางร้านไม่สามารถระบุ ได้เป็นปริมาณที่แน่นอนว่านักเรียนนักศึกษา กลุ่มนี้มีจำนวนทั้งหมดเท่าไร โดยนักเรียนนักศึกษา กลุ่มนี้ได้รับค่าตอบแทนเป็นรายวัน วันละ 200-400 บาท ขึ้นอยู่กับทิป และจำนวนลูกค้าของแต่ละ วัน นอกจากนี้ ยังพบว่าร้านอาหารขนาดใหญ่บางแห่งจ้างพ่อครัวในครัวขนม (Chef) จาก ต่างประเทศ ในที่นี้ คือ พ่อครัวจากประเทศญี่ปุ่น
- (4) ร้านอาหารขนาดเล็ก จากการสัมภาษณ์พบว่าร้านอาหารขนาดเล็กมีการจ้างงานน้อยมาก (1-2 คน) ซึ่งเป็นคนในพื้นที่โดยไม่ระบุวุฒิการศึกษา เนื่องจากคนในครอบครัวช่วยกันทำงาน ส่วนมาก เรียกพนักงานว่า “ลูกจ้าง” มีหน้าที่ล้างจาน หรือเดินอาหาร

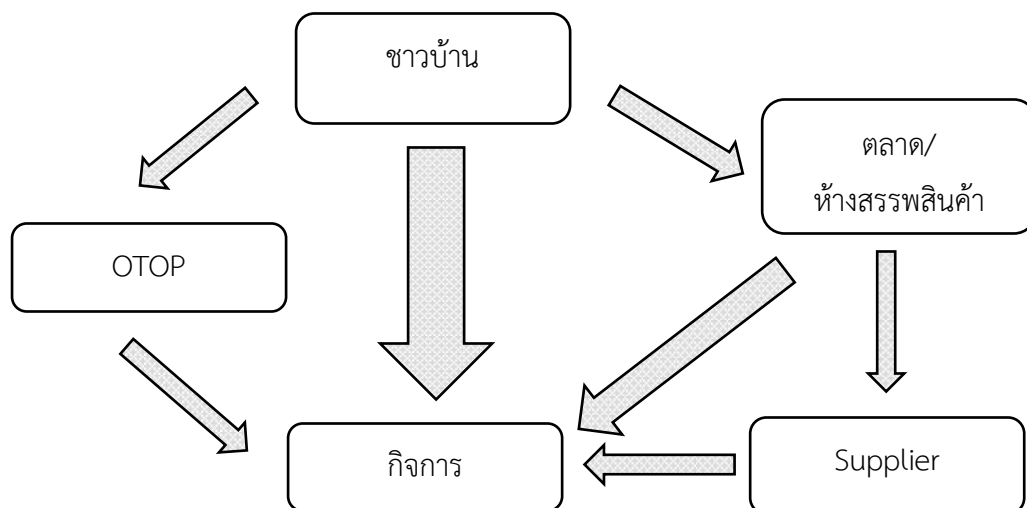
โดยภาพรวม นอกจากการช่วยกันทำงานของสมาชิกครอบครัวแล้ว งานที่ต้องใช้ทักษะ อาทิ งานบริหาร งานบัญชี งานพร็อพ (ฝ่ายต้อนรับ) จะจ้างพนักงานที่มีวุฒิปริญญาตรี สำหรับงานอื่น ๆ กิจการจะจ้างพนักงาน ปวช.-ปวส. หรือ มัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีที่ 6 แตกต่างกันไป โดยส่วนใหญ่เป็นการจ้างงานคนในพื้นที่ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่เป็นตัวอย่างของการวิจัยได้ให้ข้อสังเกตกับผู้วิจัยสอดคล้องกันว่า งานในโรงแรม/ร้านอาหารไม่จำเป็นต้องใช้วุฒิที่สูงถึงระดับปริญญาตรี ประกอบกับความคาดหวังของผู้ที่สำเร็จปริญญาตรีในด้านของรายได้ ที่รายได้ของการทำงานในธุรกิจโรงแรมและร้านอาหารอาจไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังนั้นได้

ปัญหาที่เกี่ยวกับการจ้างงานคนในพื้นที่ คือ ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดรองหลายแห่งให้ข้อมูลว่า งานประเภทบริการเป็นงานที่คนในพื้นที่ (คนไทย) ไม่นิยมทำ จำเป็นต้องจ้างแรงงานต่างด้าว เข้ามาทำงานแทน โดยส่วนมากเป็นแรงงานชาวลาว และแรงงานเมียนมา ตามลำดับ และมีโรงแรมส่วนน้อยที่จ้างแรงงานกัมพูชาสำหรับทำสวน ในขณะที่ ธุรกิจโรงแรมในจังหวัดท่องเที่ยวมีข้อค้นพบที่แตกต่างออกไป คือ คนในพื้นที่ไม่นิยมทำงานบริการในโรงแรม ส่วนคนที่ทำงานในโรงแรมเองหากเป็นแรงงานไทยจะเป็นแรงงานที่มาจากภูมิภาคอื่น โดยเฉพาะแรงงานที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนั้นจึงเป็นแรงงานต่างด้าว โดยผู้ประกอบการบางแห่งได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า “แรงงานชาวลาว มีความถนัดในด้านการแม่บ้าน แรงงานชาวเมียนมา มีความถนัดในด้านการครัว และแรงงานชาวกัมพูชา มีความถนัดในด้านการสวน”

ช่องทางที่ 2 คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้กับกิจการท่องเที่ยว (Tourism Enterprise) ซึ่งเป็นกระบวนการพิสูจน์ว่ากิจการท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการจากคนในพื้นที่หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท และผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในจังหวัดเป้าหมายพบรูปแบบที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าจากคนในพื้นที่ ที่เป็นผู้ผลิตสินค้าทั้งในรูปแบบของสินค้า OTOP ของที่ระลึก ของฝาก อาหารสด อาหารแห้ง สินค้าที่ใช้ในธุรกิจอื่น ๆ เช่น น้ำยาซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม สบู่ แชมพู น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น รูปแบบที่พบมีรายละเอียดดังนี้

ภาพที่ 9 รูปแบบการเชื่อมโยงการขายสินค้าประเภทของสดและอาหารแห้งให้กับกิจการฯ



ที่มา: นักวิจัย

กรณีกิจการโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท

การประกอบการธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท ที่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่จะมีร้านอาหาร/ห้องอาหารในโรงแรมฯ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการทำให้ทราบว่าวัตถุดิบที่เป็นของสดและของแห้ง โดยส่วนใหญ่จะซื้อมาจากคนในพื้นที่ 2 รูปแบบ

- (1) กิจการซื้อของสดและของแห้งจากตลาดสดในพื้นที่เพื่อนำมาประกอบอาหารในร้านอาหารเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่มาพัก สำหรับการจัดเลี้ยง การประชุม การสัมมนา ห้องครัวต้องสำรองของสดและของแห้งเป็นจำนวนมาก ในกรณีนี้กิจการจะสั่งซื้อสินค้าดังกล่าวจากผู้ค้าในตลาดสดล่วงหน้า
- (2) กิจการโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ทบางแห่งซื้อของสดและของแห้ง อาทิ พริกสด พริกแห้ง เนื้อหมู เนื้อไก่ จากผู้ผลิตในพื้นที่โดยเฉพาะจากไร่-สวนรอบบริเวณโรงแรม ฯ โดยตรง สำหรับสินค้าอื่น ๆ กิจการจะเลือกซื้อจากตลาดสด

อย่างไรก็ตาม การสัมภาษณ์พบว่าโรงแรมที่มีขนาดใหญ่ที่มีห้องอาหารที่สามารถรองรับการจัดเลี้ยงแขกจำนวนมากได้ โดยจะเลือกใช้วิธีสั่งซื้อของสดและของแห้งเพื่อการประกอบอาหารจากบริษัทผู้ทำหน้าที่ Supplier จัดหาสินค้าตามความต้องการของโรงแรมที่ระบุไว้ในแต่ละครั้ง บริษัทผู้ทำหน้าที่ Supplier จะต้องจัดหาสินค้าที่เป็นวัตถุดิบให้ได้ตามที่ตกลงกับกิจการโรงแรมฯ อย่างไรก็ตาม กิจการโรงแรม ฯ ไม่ได้คำนึงถึงแหล่งที่มาของสินค้าดังกล่าวว่ามาจากแหล่งใด หรือมีกรรมวิธีการผลิตอย่างไร ทั้งนี้ กิจการโรงแรมที่สั่งซื้อสินค้าผ่าน Supplier ส่วนใหญ่ไม่ได้มีนโยบายการใช้สินค้าจากท้องถิ่นเท่าไรนัก

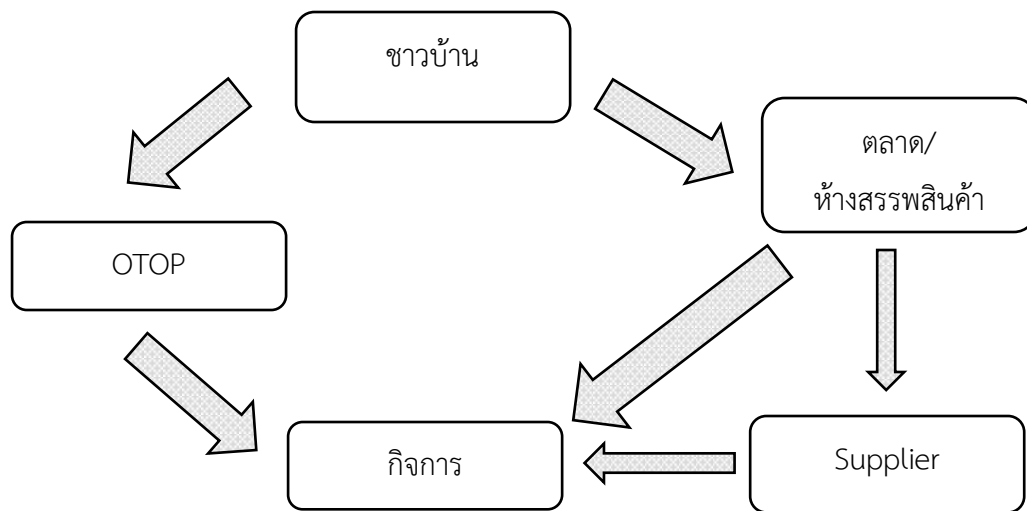
ในขณะที่ธุรกิจโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ทขนาดเล็กจะบริการเฉพาะอาหารให้กับผู้ที่เข้ามาพัก โดยอาหารส่วนใหญ่ คือ ขนมปัง เนย แยม กาแฟ ที่ซื้อวัตถุดิบจากร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ หรือซูเปอร์สโตร์(Superstore) /ไฮเปอร์มาร์เก็ต(Hyper Market) หากอาหารเข้าเป็นข้าวต้ม ทางโรงแรม ฯ จะซื้อวัตถุดิบจากตลาดสด อย่างไรก็ตาม การลงพื้นที่จังหวัดต่าง ๆ เพื่อสำรวจข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม พบว่ามีโรงแรมหนึ่งที่ไม่บริการอาหารให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งรูปแบบร้านอาหารและอาหารเช้า โดยอธิบายว่า

“การไม่บริการอาหารให้กับนักท่องเที่ยวเป็นการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนรอบโรงแรมมีโอกาสขายอาหาร รวมไปถึงสินค้าอื่น ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว โดยถือว่าเป็นการแบ่งปันโอกาสที่จะมีรายได้ให้กับชุมชน”

เจ้าของโรงแรมหนึ่งในจังหวัดหนองคาย

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่ากิจการโรงแรม ฯ ทุกกิจการเลือกซื้อสินค้าสิ้นเปลือง อาทิ น้ำยาซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม สบู่ แชมพู จากห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์สโตร์ (Superstore) /ไฮเปอร์มาร์เก็ต (Hyper Market) ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ เมื่อนักวิจัยถามถึงการเลือกใช้สินค้าที่ผลิตขึ้นในท้องถิ่น รวมทั้งการใช้สินค้า OTOP ก็ได้รับคำอธิบายสอดคล้องกันทั้งหมดว่า สบู่ แชมพู สามารถหาซื้อได้อย่างสะดวกที่ห้างสรรพสินค้า หรือตามห้างค้าปลีกดังกล่าว สินค้าที่ได้มาอยู่ในแพ็คเกจที่สวยงาม พร้อมใช้และใช้ได้สะดวก และประการสำคัญ คือ ประหยัด เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้สินค้าพวกสบู่ แชมพู จากท้องถิ่น สินค้า OTOP รวมถึงการส่งเสริม ต้นทุนของสินค้านี้จะเพิ่มขึ้นเป็นอย่างน้อย 2 เท่า โดยยกตัวอย่างต้นทุนเฉพาะบรรจุภัณฑ์มีมูลค่าเท่ากับสินค้าที่พร้อมใช้ที่ซื้อจากห้างสรรพสินค้า ฯ นอกจากนี้ บางพื้นที่บางจังหวัดไม่มีการผลิตสบู่ แชมพู แม้กระทั่งไม่มีสินค้า OTOP ที่โดดเด่น ดังนั้น การเลือกซื้อสินค้านี้ดังกล่าว รวมไปถึงน้ำยาซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม จากห้างสรรพสินค้าจึงเป็นทางเลือกสำคัญของธุรกิจโรงแรม

ภาพที่ 10 รูปแบบการเชื่อมโยงการขายสินค้าประเภทของของใช้สัณเปลี่ยนให้กับกิจการฯ



ที่มา: นักวิจัย

จากการสัมภาษณ์ของนักวิจัยพบว่า มีกิจการโรงแรมบางแห่งระบุชัดเจนว่าใช้สินค้าที่เป็น OTOP ทั้งน้ำยาซักผ้า สบู่เหลว แชมพูและน้ำมันหอมระเหย ซึ่งเป็นสินค้าแบรนด์เดียวกันทั้งสิ้น ซึ่งสินค้านี้กล่าวว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีผู้ผลิตสินค้ามีความรู้จกและสนิทสนมกับเจ้าของกิจการโรงแรมเป็นการส่วนตัวกันมาแต่เดิม

กรณีกิจการร้านอาหาร

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกิจการร้านอาหาร พบว่า ร้านอาหารมีแนวโน้มซื้อสินค้าเพื่อการประกอบอาหารทั้งของสด และของแห้ง โดยแบ่งเป็นรูปแบบออกเป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

- (1) ร้านอาหารเลือกซื้อของสดและของแห้ง จากตลาดสดในพื้นที่ โดยสินค้าเหล่านั้นขายโดยคนในพื้นที่ หรือจับ หรือผลิตในพื้นที่ จึงมีความสด ใหม่ และมีราคาถูกกว่า โดยเปรียบเทียบกับ การไปซื้อจากห้างสรรพสินค้า หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่
- (2) ร้านอาหารเลือกซื้อของสดและของแห้งจากชาวบ้านที่นำผลผลิตจากไร่-สวนของตนเองมาเสนอขายให้ที่ร้านอาหาร ในรูปของคู่ค้าประจำ สินค้าดังกล่าวจะสด ใหม่ และราคาถูก และสามารถเก็บได้นานโดยกรรมวิธีที่เหมาะสมตามชนิดของสินค้า ส่วนสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่มีคนในพื้นที่นำมาขาย ทางร้านจะเลือกซื้อจากตลาดสด อย่างไรก็ตาม ร้านอาหารขนาดใหญ่ที่มีลูกค้า/นักท่องเที่ยวจำนวนมาก หรือมีคณะนักท่องเที่ยว (กรุ๊ปทัวร์) มาประจำจะสั่งซื้อจากบริษัทผู้ผลิตโดยตรง เช่น การสั่งซื้อเนื้อหมู เนื้อไก่จาก เบทาโกร เป็นต้น

สำหรับ สินค้าอื่น ๆ อาทิ น้ำยาสำหรับงาน กระจาดเซ็ดปาก กระจาดเซ็ดมือ ร้านอาหารจะซื้อมาจากห้างสรรพสินค้า หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่นเดียวกับ กิจกรรมโรงแรม ฯ

กรณีกิจการร้านค้า

จากการสำรวจครั้งนี้ นักวิจัยได้มุ่งเน้นร้านขายของที่ระลึกบริเวณแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัด พบว่า ร้านค้ามีวิธีการนำสินค้ามาจำหน่าย 2 รูปแบบ

- (1) ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าที่ผลิตขึ้นโดยกลุ่มชาวบ้าน/กลุ่มผู้ผลิตในพื้นที่ ทั้งที่ร้านค้าผลิตเองหรือรับมาวางขายแล้วแบ่งผลกำไรระหว่างร้านค้าและผู้ผลิต รวมถึงการที่ร้านค้าซึ่งสินค้ามาวางขายให้กับนักท่องเที่ยว
- (2) ร้านค้าจำหน่ายสินค้าที่ผลิตมาจากพื้นที่อื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวหรือจังหวัด ซึ่งที่ไม่มีสัญลักษณ์ หรือสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ เช่น ร้านขายของเล่น ร้านขายเครื่องประดับ หรือร้านขายเสื้อผ้า เป็นต้น

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการที่คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้กับกิจการท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการโรงแรม รีสอร์ท ทุกแห่งให้ทัศนะว่า สินค้าที่ผลิตในพื้นที่ รวมไปถึงสินค้า OTOP มีข้อจำกัดสูงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านคุณภาพสินค้าที่มีกพบว่าสินค้าชนิดเดียวกัน ที่ผลิตจากแหล่งเดียวกันแต่ผลิตต่างช่วงเวลากันมีโอกาสที่มีความแตกต่างกันสูงมาก รวมทั้งไม่สามารถผลิตให้ได้ปริมาณตามที่กิจการต้องการซื้อ กิจการจึงซื้อสินค้าต่าง ๆ จากห้างสรรพสินค้าหรือ บริษัทผู้เป็น supplier

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ทำให้ทราบว่าผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมแห่งหนึ่ง นอกจากกิจการโรงแรมแล้วยังได้ประกอบอาชีพเกษตรกรปลูกสมุนไพร และพืชผักสวนครัวด้วย โดยบรรยายเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าเกษตรให้กับชุมชนเพื่อทำผลิตภัณฑ์ OTOP แล้วการจำหน่ายสินค้า OTOP ให้กับกิจการโรงแรมว่า “เกษตรกรเพียงรายเดียวไม่สามารถปลูกพืช ผัก เพื่อป้อนให้กับผู้ผลิตสินค้าได้ เกษตรกรต้องมีการรวมกลุ่มกันเพื่อรวบรวมผลผลิตให้ได้มากเพียงพอต่อความต้องการของผู้ผลิตสินค้า ปัญหาของเกษตรกร คือ ไม่สามารถควบคุมคุณภาพผลผลิตเกษตรให้เป็นไปตามมาตรฐานหรือคล้ายคลึงกันทั้งหมดได้ เพราะจากพื้นที่เกษตรหลายแหล่งที่มีสถานพื้นที่เพราะปลูกแตกต่างกัน สภาพดินแตกต่างกัน ความแตกต่างด้านน้ำ การให้ปุ๋ย ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรที่ได้มีความแตกต่างกัน ทำให้บางครั้งสินค้าเกษตรที่ได้ไม่ตรงตามความต้องการของผู้ผลิตสินค้า นอกจากนี้ ผู้ผลิตสินค้ายังมีความต้องการผลผลิตการเกษตรในปริมาณมาก เช่น ต้องการขิงวันละ 1 ตัน ต้องการลูกกระเจี๊ยบวันละ 2 ตัน เป็นต้น ซึ่งจำนวนดังกล่าวอาจเกินความสามารถของเกษตรกร นอกจากประเด็นความต้องการของผู้ผลิตสินค้าแล้ว ด้านเกษตรกรเองยังมีแนวโน้มที่ต้องการจำหน่ายสินค้าให้กับ Superstore มากกว่า เพราะขั้นตอนการรับซื้อไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อนเท่ากับการขายให้กับผู้ผลิตสินค้าโดยตรง”

โดยสรุป กิจกรรมโรงแรมและร้านอาหาร นิยมซื้อสินค้าโดยอาศัยความสะดวกและมีคุณภาพได้มาตรฐาน มากกว่าการคำนึงถึงการใช้สินค้าที่ผลิตจากคนในท้องถิ่น ซึ่งการซื้อสินค้านี้ดังกล่าว อาจจะซื้อจากการเสนอขายของผู้ผลิตโดยตรง การไปซื้อที่ตลาด ห้างสรรพสินค้า รวมทั้งซื้อผ่านบริษัท supplier

ช่องทางที่ 6 กิจกรรมท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่ ซึ่งเป็นกระบวนการทดสอบที่พิสูจน์ว่ากิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ได้เอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

ในประเด็นการเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่ของกิจกรรมท่องเที่ยวนั้น นักวิจัยได้ข้อค้นพบเกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว 2 หัวข้อใหญ่ ๆ ด้วยกัน คือ การเอื้อประโยชน์ต่อพนักงานซึ่งเป็นคนในพื้นที่ และการเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนที่อยู่แวดล้อม โดยสามารถอธิบายในแต่ละประเด็นดังนี้

การเอื้อประโยชน์ต่อพนักงานซึ่งเป็นคนในพื้นที่ ดังที่กล่าวในผลการสัมภาษณ์ช่องทางที่ 1 เรื่องการจ้างงานคนในพื้นที่ซึ่งพบว่า กิจกรรมที่เป็นตัวอย่างของการวิจัยทั้งหมดให้ผลว่า กิจกรรมมีความพยายามจ้างพนักงานซึ่งเป็นคนในพื้นที่ทั้งหมด แม้จะมีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันก็ตาม ทั้งนี้ กิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการจ้างพนักงานได้ให้ข้อมูลสอดคล้องกันอีกประเด็นหนึ่งว่านอกจากคนในพื้นที่ โดยเฉพาะพนักงานมีรายได้เพิ่มขึ้นแล้ว กิจกรรมยังได้มีความยืดหยุ่นให้กับพนักงาน กล่าวคือ พนักงานสามารถงานสับเปลี่ยนหมุนเวียนกันเพื่อไปทำงานอื่นได้ เช่น ลงงานไปดำนานา เกี่ยวข้าว เป็นต้น โดยยังคงมีพนักงานคนอื่นทำงานให้กับกิจกรรมอยู่ ทำให้กิจกรรมนั้น ๆ ไม่ได้รับความกระทบกระเทือน และเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานมีรายได้เพิ่ม นอกจากนี้ บางกิจกรรมมีนโยบายให้ความช่วยเหลือพนักงานเช่น การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่บุตรของพนักงาน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม กิจกรรมโรงแรม รีสอร์ท และร้านอาหารบางแห่ง ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับการจ้างงานคนในพื้นที่ว่า พนักงานมีการเปลี่ยนงานบ่อย คนในพื้นที่และคนไทยไม่นิยมทำงานบริการ โดยเฉพาะในกิจกรรมขนาดเล็ก จึงจำเป็นต้องจ้างแรงงานต่างด้าวเพื่อทำงานทดแทนแรงงานไทย

การเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนที่อยู่แวดล้อม กิจกรรมที่ให้สัมภาษณ์ให้ข้อมูลสอดคล้องกันในประเด็นการเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนที่อยู่แวดล้อม โดยเฉพาะกิจกรรมโรงแรม รีสอร์ท ที่มีความเห็นว่าการเข้ามาตั้งอยู่ในพื้นที่มีส่วนช่วยเปิดโอกาสให้เกิดกิจกรรมรอบข้างโรงแรม รีสอร์ท อาทิ ร้านอาหาร ร้านค้า รวมไปถึงร้านนวดแผนโบราณ สปาเพิ่มมากขึ้น เกิดการเรียกใช้บริการต่าง ๆ จากบริเวณพื้นที่แวดล้อมมากขึ้น เช่น การเรียกรถรับจ้างเพื่อการขนส่งจากโรงแรมไปยังสถานีขนส่ง-สนามบิน เป็นต้น ชาวบ้านสามารถนำสินค้ามาขายให้กับกิจกรรมโรงแรมฯ – ร้านอาหารได้โดยตรง ทำให้ชาวบ้านซึ่งเป็นคนในพื้นที่มีรายได้เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ การมีอยู่ของกิจกรรมโรงแรมหรือรีสอร์ทบางแห่งมีบทบาทเป็น Landmark หรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวในตัวเอง ซึ่งเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวและพักในโรงแรมมากขึ้น จนทำให้เกิดการ

พัฒนาต่าง ๆ ในพื้นที่รอบ ๆ อาทิ การเกิดร้านค้า การตั้งโรงแรม/รีสอร์ทใหม่ รวมไปถึงเกิดกระแสรองเท้าใหม่

ตัวอย่างกรณีที่เอื้อประโยชน์ให้กับชุมชน ได้แก่ ตลาดบางน้ำผึ้งที่เป็นตลาดที่อยู่ในบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ เปิดเฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เป็นตลาดที่มุ่งขายสินค้าที่ผลิตขึ้นจากชุมชน บางกะเจ้าเช่นเดียวกัน โดยพบว่าในวันธรรมดาผู้ค้าจะประกอบอาชีพอื่นและมาขายสินค้าในตลาดบางน้ำผึ้งในวันที่ตลาดเปิดทำการ อีกตัวอย่างหนึ่งคือ ชุมชนเผ่าลาวชุมชนบ้านละทาย ในจังหวัดศรีสะเกษซึ่งเป็นชุมชนต้นแบบการเกษตรพอเพียง มีการกิจกรรมเกี่ยวกับการถ่ายทอดวิทยาด้านการเกษตรปลอดภัย รวมไปถึงการแสดงแสงสีเสียงที่เกี่ยวกับประวัติของอีสานใต้ โดยเฉพาะเรื่องราวความเป็นมาของชุมชนบ้านละทาย โดยที่กิจกรรมต่าง ๆ นั้น ได้รับความร่วมมือจากชาวบ้านละทายร่วมกันจัดกิจกรรมและร่วมแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชม

กรณีศึกษาเกี่ยวกับการเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนอีกแห่งหนึ่งคือ โฮมสเตย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงรายซึ่งเป็นกิจการที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงราย และมีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาศึกษาดูงาน และสื่อต่าง ๆ เข้ามาสัมภาษณ์หลายครั้ง ลักษณะพิเศษของโฮมสเตย์นี้ คือ การนำสินค้าหัตถกรรมจากชาวชาติพันธุ์มาจำหน่ายที่หน้าร้านโฮมสเตย์ ซึ่งในประเด็นการเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนที่เด่นชัด คือ โฮมสเตย์ดังกล่าวเป็นผู้มีส่วนร่วมก่อตั้งถนนคนเดิน “ถนนคนม่วน” ที่ก่อตั้งโดยชุมชนและบริหารโดยชุมชนทั้งกระบวนการโดยเปิดดำเนินการทุกวันอาทิตย์ บริเวณถนนสันโค้งน้อย อำเภอเมืองเชียงราย เพื่อเปิดโอกาสให้ชาวบ้านในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียงได้มีโอกาสออกร้านขายสินค้าของตนเองซื้อสินค้าพื้นเมือง โดยกลุ่มเป้าหมายของตลาดดังกล่าว ได้แก่ ชาวเชียงราย นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทั้งนี้ ผู้ค้าในตลาดดังกล่าวรับภาระด้านค่าสาธารณูปโภค (ไฟฟ้า) รวมทั้งค่าทำความสะอาดถนนหลังจากปิดตลาด โดยพนักงานเทศบาลจะทำความสะอาดถนนก่อนเช้าวันรุ่งขึ้น

กรณีศึกษาโรงแรมขนาดใหญ่ที่แหลมฉบัง จังหวัดชลบุรี ซึ่งได้ริเริ่มบุกเบิกพื้นที่ประมงบริเวณแหลมฉบัง โดยสร้างโรงแรมขนาดใหญ่ระดับ 5 ดาว มีความใหญ่โต กว้างขวาง และสวยงาม จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ทำให้เกิดกระแสการท่องเที่ยวใหม่เกิดขึ้น นำมาสู่การก่อตั้งโรงแรมแห่งอื่น ๆ ในบริเวณใกล้เคียง และเกิดธุรกิจร้านค้าในบริเวณพื้นที่รอบ ๆ โรงแรม

นอกจากนี้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า กิจการต่าง ๆ ได้มีการสนับสนุนกิจการอื่น ๆ ของทางพื้นที่เช่น อบต. หรือเทศบาล หรือจังหวัด ในรูปของเงินสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ที่หน่วยงานเหล่านั้นจัดขึ้น รวมไปถึงการจัดกิจกรรมทำบุญ การทำอาหารเลี้ยง(โรงทาน) ของกิจการบางแห่ง

ปัญหาที่เกี่ยวกับการเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกิจการกิจการโรงแรม/รีสอร์ท รวมทั้งร้านอาหารหลายแห่ง พบว่า กิจการบางแห่งมีการติดต่อผู้ให้บริการภายนอกเพื่อนำเที่ยว สปา หรือซื้อสินค้าบางประเภทจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการเจ้าประจำเพียง 1-2 รายเท่านั้น ซึ่งอาจเป็นคู่ค้าที่มีความคุ้นเคย หรือเป็นเครือข่ายธุรกิจหรือเพื่อนสนิทกับเจ้าของกิจการ ทำให้ไม่เกิดการเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ กิจการโรงแรมขนาดใหญ่มีการซื้อสินค้าจากบริษัท Supplier ผู้ทำหน้าที่รวบรวมวัสดุต่าง ๆ อาทิ อาหารสด อาหารแห้ง รวมทั้งของใช้สิ้นเปลืองต่าง ๆ ตามความต้องการของกิจการ โดยไม่สามารถทราบได้ว่าบริษัท supplier ดังกล่าวนั้นรวบรวมสินค้ามาจากที่ใดบ้าง จึงทำให้โอกาสที่สินค้าต่าง ๆ นั้นจะเป็นสินค้าที่ผลิตโดยคนในพื้นที่ลดน้อยลง นอกจากนี้ สินค้าที่ผลิตจากคนในพื้นที่ไม่ตรงกับความต้องการของกิจการ

โดยสรุป ทั้งกิจการโรงแรมฯ และร้านอาหารมีความเห็นเกี่ยวกับการเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนว่าเป็นการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างชุมชนกับกิจการ กิจการได้ประโยชน์จากการมีอยู่ของชุมชนด้วยการจ้างงาน ทำให้กิจการมีพนักงานช่วยกันทำงานและให้กิจการมีรายได้ ในขณะที่ชุมชนอาจเห็นว่าการที่อยู่ของกิจการเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

4.2.3 ช่องทางการใช้จ่ายของภาครัฐ (Government Channel)

การศึกษานี้เป็นการศึกษาในประเด็นการเข้ามาแทรกแซงของภาครัฐในรูปของการดำเนินยุทธศาสตร์ที่จะให้การท่องเที่ยวส่งผลต่อการสร้างรายได้ โดยเฉพาะรายได้ต่อคนในชุมชน รวมไปถึงการจัดเก็บภาษีจากการท่องเที่ยว การเก็บค่าเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวที่รัฐเป็นผู้ดูแล นโยบายส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานในชุมชน นโยบายการส่งเสริมการสร้างศักยภาพผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว อันส่งผลทำให้เกิดการส่งผ่านของรายได้จากการท่องเที่ยวไหลไปสู่ครัวเรือนหรือชุมชนให้มากยิ่งขึ้น การศึกษาในประเด็นนี้ประกอบด้วยช่องทางที่ 5 และช่องทางที่ 7 ซึ่งสามารถอธิบายความเชื่อมโยงในช่องทางดังกล่าวได้ดังนี้

ช่องทางที่ 5 รายได้ที่เกิดจากการเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว ในขั้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพิสูจน์ว่าคนในพื้นที่ได้ประโยชน์จากภาษีและค่าธรรมเนียมจากการท่องเที่ยวหรือไม่ และกระบวนการดังกล่าวมีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกิจการต่าง ๆ ที่ตกเป็นตัวอย่างให้ข้อมูลสอดคล้องกันทั้งหมดว่ารัฐบาล ไม่มีนโยบายหรือมาตรการใด ๆ ที่เป็นรูปธรรมที่เป็นการส่งเสริมการสร้างศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว แม้ว่าในบางพื้นที่ได้ประกาศเป็นเศรษฐกิจพิเศษก็ตาม ทั้งนี้ เมื่อสอบถามถึงรายละเอียดเชิงลึก ทำให้ได้ทราบว่าในระดับท้องถิ่นได้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าการท่องเที่ยว อาทิ การจัดตลาดถนนคนเดิน งานแสดงสินค้าที่ร้านอาหารสามารถไปเข้าร่วม และอาจมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักเพิ่มเติมบ้าง

เมื่อพิจารณาในมุมมองของประโยชน์ต่อคนในพื้นที่จากการกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยอาศัยข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งยังไม่สามารถทำให้ทราบได้อย่างชัดเจนว่าคนในพื้นที่ได้รับประโยชน์จากรายได้ที่เกิดจากการเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไรก็ตาม การสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ทราบถึงโครงสร้างทางภาษีเบื้องต้น รวมไปถึงข้อสังเกตเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีขององค์กรท้องถิ่น ข้อมูลที่นักวิจัยได้ทราบจากผู้ประกอบการกิจการโรงแรมบางแห่ง มีดังนี้

การคำนวณภาษีกิจการโรงแรม คำนวณจากจำนวนห้องที่มีผู้เข้าพักจริง ทุก ๆ ห้องที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักในโรงแรม ซึ่งต้องนำมาคำนวณเป็นต้นทุนการให้บริการดังนี้

- (1) ภาษีสรรพากร ร้อยละ 7
- (2) ภาษีองค์การบริหารส่วนจังหวัด ร้อยละ 1
- (3) ภาษีเทศบาล ร้อยละ 12.5

นอกจากนี้ ยังมีค่าไฟฟ้าโดยประมาณคี่นละ 50 บาท ค่าน้ำประปาโดยประมาณคี่นละ 13 บาท รวมไปถึงค่าจ้างพนักงาน และค่าประกันสังคม ค่าเสื่อมวัสดุอุปกรณ์ ค่าเสื่อมอาคาร โดย ผู้ประกอบการกิจการให้ข้อสังเกตกับนักวิจัยว่า เกณฑ์การเก็บภาษีของสรรพากรกับท้องถิ่นไม่สอดคล้องกัน กล่าวคือ สรรพากรจัดเก็บภาษีตามบันทึกการเข้าพักจริง ในขณะที่ท้องถิ่นการปกครองส่วนท้องถิ่นจัดเก็บภาษีตามศักยภาพที่โรงแรม ฯ สามารถรับได้ (เก็บตามจำนวนห้องที่มี) อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลนี้ทำให้ได้ทราบว่าหน่วยงานรัฐได้รับรายได้ที่เกี่ยวข้องจากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ คนในพื้นที่ที่เป็นพนักงานยังได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวในเบื้องต้นผ่านช่องทางนี้โดยอยู่ในรูปของประกันสังคม

ช่องทางที่ 7 โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism Infrastructure) ช่องทางนี้เป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์ว่าโครงสร้างพื้นฐานที่รัฐได้ลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวได้เอื้อประโยชน์ให้แก่ครัวเรือนในพื้นที่หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคอะไรบ้าง

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกทำให้ทราบข้อมูลบางประการเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามข้อมูลดังกล่าวยังคงเป็นข้อมูลเฉพาะพื้นที่และเป็นข้อมูลเบื้องต้น อาจยังไม่สามารถสะท้อนไปถึงข้อพิสูจน์เกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานที่รัฐบาลได้ลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวได้เอื้อประโยชน์ให้แก่ครัวเรือนในพื้นที่ได้อย่างชัดเจนเท่าไรนัก

การสัมภาษณ์เชิงลึกใน 9 จังหวัด ได้แก่ สมุทรปราการ(บางกะเจ้า) ชลบุรี(พัทยา) เลย หนองคาย ศรีสะเกษ เชียงใหม่ เชียงราย ขุมพร และภูเก็ต นักวิจัยพบว่าจังหวัดที่มีความน่าสนใจในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานคือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย และจังหวัดหนองคาย ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีแผนการสร้างรถไฟฟ้าความเร็วสูงพาดผ่าน อย่างไรก็ตาม จังหวัดเชียงใหม่นับได้ว่าเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การศึกษาของภาคเหนืออยู่แต่เดิม อีกทั้งเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เชิงวัฒนธรรม แหล่ง

ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทำให้มีนักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาท่องเที่ยวอยู่มาก ดังนั้น การพัฒนารถไฟความเร็วสูง อาจมีส่วนช่วยให้การเดินทางขนส่งสะดวกมากขึ้นซึ่งเป็นทิศทางที่ควรจะเป็น ในขณะที่ จังหวัดเชียงราย กำลังอยู่ในช่วงที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวในช่วง 5 – 10 ปีที่ผ่านมา มีการก่อตั้งกิจการโรงแรม และรีสอร์ทอย่างมากมายในเขตเมืองเชียงรายและพื้นที่ใกล้เคียง และมีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้น ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่ให้ข้อมูลวิจัยให้ข้อมูลตรงกันว่าในช่วงระยะ 5 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวแวะเวียนเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมากขึ้น นอกจากนักท่องเที่ยวชาวไทยแล้ว ยังมีนักท่องเที่ยวจากจีน และนักท่องเที่ยวจากยุโรป อาทิ รัสเซีย ฝรั่งเศส และยุโรปตอนกลางเข้ามาเที่ยวหนาแน่นมากขึ้น โดยสามารถเดินทางจากกรุงเทพฯ มายังท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงรายได้โดยตรง โดยนักท่องเที่ยวบางส่วนจะผ่านไปยัง สปป.ลาว โดยอาศัยจุดผ่านแดนอำเภอเชียงแสนและจุดผ่านแดนอำเภอเชียงของ นอกจากนี้ ยังมีโครงการก่อสร้างทางรถไฟรางคู่ เชื่อมต่อจากอำเภอเด่นชัย จังหวัดแพร่ ผ่านอำเภอเมืองเชียงราย และเชื่อมต่อกับทางรถไฟรางคู่ในเขต สปป.ลาว ที่อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางแวะเวียนเข้าสู่จังหวัดเชียงรายได้สะดวกมากขึ้น และทางรถไฟรางคู่สายนี้ไม่ผ่านจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงรายมีความคาดหวังว่าหน่วยงานระดับจังหวัดอาจเห็นความสำคัญของระบบการขนส่งมวลชนในจังหวัด โดย เสนอให้มีการปรับปรุงรถโดยสารและระบบขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายได้โดยสะดวกและปลอดภัยมากขึ้น

ในขณะที่ จังหวัดหนองคายมีฐานะเป็นจุดสิ้นสุดของเส้นทางคมนาคมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบนทั้งทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) และทางรถไฟสายภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งจากถนนมิตรภาพสามารถเชื่อมต่อไปยัง สปป.ลาว ผ่านสะพานมิตรภาพไทย – ลาวได้ นอกจากนี้ ยังได้มีการวางแผนการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูงซึ่งมีแนวโน้มที่จะก่อสร้างเชื่อมต่อไปยัง สปป.ลาว ซึ่งประเด็นนี้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดหนองคาย ได้อธิบายผลกระทบไว้ 2 แนวคิด ดังนี้

- (1) แม้ว่าหนองคายเป็นจังหวัดชายแดนและมีการค้าขายแดนกับ สปป.ลาว แต่การค้าขายแดนนั้นไม่โดดเด่นและไม่มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ รวมทั้งไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากนัก ประกอบกับพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของชาวลาวที่นิยมบริโภคสินค้าไทย ดังนั้น นักธุรกิจชาวลาวที่ข้ามพรมแดนเข้ามาซื้อสินค้าทั้งซื้อไปใช้เอง หรือซื้อสินค้าไปขายที่ สปป.ลาว จะข้ามไปซื้อที่จังหวัดอุดรธานี ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ตั้งห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจังหวัดหนองคายส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อข้ามพรมแดนไปยัง สปป.ลาวเท่านั้น โดยผู้ประกอบการมีข้อสังเกตว่าจังหวัดหนองคายมีสถานที่ท่องเที่ยวน้อย และไม่มีสินค้า OTOP ที่โดดเด่น สินค้ามีลักษณะคล้ายกับสินค้าของจังหวัดที่อยู่ใกล้เคียง ดังนั้น จังหวัดหนองคายจึงมีฐานะเป็นทางผ่าน

เท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากรถไฟความเร็วสูงสามารถเชื่อมต่อไปยัง สปป.ลาวได้ จังหวัดหนองคายจะไม่สามารถรับประโยชน์ใด ๆ

- (2) ผู้ประกอบการบางรายมีความเข้าใจว่าแผนการพัฒนารถไฟความเร็วสูงมีการเปลี่ยนแปลง โดยเปลี่ยนจุดสิ้นสุดจากจังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดขอนแก่น ซึ่งหากความเข้าใจนั้นเป็นจริง จังหวัดหนองคายจะไม่สามารถรับประโยชน์ใด ๆ เช่นกัน

ข้อสังเกตอีกประการหนึ่งของจังหวัดหนองคาย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยบางกลุ่มเข้ามาพักอาศัยที่จังหวัดหนองคายโดยสำคัญผิด เข้าใจว่า “คำชะโนด” ตั้งอยู่ในจังหวัดหนองคาย

จากแนวคิดของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับผลกระทบจากรถไฟความเร็วสูง ประกอบกับสภาพทั่วไปของจังหวัดหนองคาย ทำให้เกิดความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีมาตรการ ให้นักท่องเที่ยวหรือผู้สัญจรข้ามพรมแดนได้หยุดแวะพักที่จังหวัดหนองคายก่อนที่จะข้ามพรมแดน เพื่อเพิ่มโอกาสให้ผู้ค้ามีโอกาสขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้สัญจรเหล่านั้นมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการชาวหนองคายได้มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าหากมีการสร้างห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ในจังหวัดหนองคาย จะทำให้บรรยายการค้าและการท่องเที่ยวของจังหวัดหนองคายคึกคักมากขึ้น

ในขณะที่ ผู้ประกอบการจังหวัดเลย และจังหวัดชุมพรไม่ได้กล่าวถึงประเด็นการเชื่อมโยงพื้นฐานที่เชื่อมโยงการกระจายรายได้ รวมไปถึงการเอื้อประโยชน์ต่อคนในพื้นที่มากนัก รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่จังหวัดชลบุรี แม้ว่ารัฐบาลมีการประกาศให้จังหวัดชลบุรีเป็นส่วนหนึ่งของเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ในปี 2561 โดยที่จังหวัดชลบุรี โดยเฉพาะเมืองพัทยาและแหลมฉบังที่มีลักษณะเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม ของภาคตะวันออกและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับโลกมาแต่เดิม จึงยังไม่ได้รับผลกระทบทั้งด้านบวกและด้านลบกับการท่องเที่ยวจากนโยบายดังกล่าว

อย่างไรก็ตาม ได้มีข้อคิดเห็นบางประการของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม รีสอร์ทรวมทั้งร้านค้าเกี่ยวกับนโยบายและการปฏิบัติงานโดยหน่วยงานของรัฐบาลในระดับพื้นที่ โดยระบุว่าหน่วยงาน ๆ อาจไม่มีความจริงใจและจริงจังในการปฏิบัติหน้าที่ ทั้งนี้ผู้ประกอบการหลายแห่งอธิบายว่าไม่เคยได้รับการส่งเสริมสนับสนุน อำนวยความสะดวกที่เกี่ยวกับกิจกรรมที่ส่งเสริมการค้า การท่องเที่ยว อาทิ ตลาดประชารัฐ หรือการออกร้านที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการมักเป็นผู้ประกอบการรายเดิมและไม่ มีผู้ประกอบการรายใหม่ที่สามารถเข้าร่วมเพิ่มเติมได้ นอกจากนี้ จากการสำรวจข้อมูลพบว่าในพื้นที่ท่องเที่ยวบางพื้นที่ขาดการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานแบบบูรณาการ ยกตัวอย่างเหตุการณ์พัฒนาถนนหลังจากเสร็จสิ้นแล้วมีการจุดเจาะวางท่อระบายน้ำ และไม่ซ่อมแซมให้เหมือนเดิม ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ มีความทรุดโทรมลงเรื่อย ๆ อาทิ ถนนชำรุด ไฟกลางคืนไม่เพียงพอ ระบบจัดเก็บขยะไม่เพียงพอ เป็นต้น นอกจากนี้ ด้านความปลอดภัยในพื้นที่ท่องเที่ยวบางแห่ง ผู้ประกอบการในพื้นที่ได้ร่วมกันจ้างพนักงานรักษาความ

ปลอดภัย เพื่อดูแลความเรียบร้อยปลอดภัยทั่วไปในบริเวณสถานประกอบการที่พักโรงแรม รีสอร์ท เนื่องจากกำลังตำรวจสายตรวจไม่เพียงพอ

สรุปความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้สู่ชุมชนในพื้นที่

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จ้างพนักงานซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ แรงงานส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาสายอาชีวศึกษา หากไม่ใช่คนในพื้นที่ก็เป็นการจ้างแรงงานต่างด้าว โดยที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ในรูปแบบ เจ้าของคนเดียว กิจการครอบครัว หรือธุรกิจรวมหุ้นกับคนนอกพื้นที่ การซื้อสินค้าประเภทของสดและของแห้งเพื่อการประกอบอาหารจะซื้อจากคนในพื้นที่ที่นำมาเสนอขายที่โรงแรมฯ หรือร้านอาหาร แต่จะซื้อสินค้าสิ้นเปลืองจากห้างสรรพสินค้า/หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่เพราะเหตุผลด้านต้นทุน และความสะดวกสำหรับร้านค้าที่ขายของที่ระลึกหรือร้านขายของในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวมีบางส่วนที่รับสินค้าจากนอกพื้นที่ตลอดจนสินค้าต่างประเทศมาขายให้กับนักท่องเที่ยว โดยกิจการท่องเที่ยวได้เอื้อประโยชน์ให้กับคนในพื้นที่ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ในลักษณะการพึ่งพาอาศัยกัน ปัญหาสำคัญของการค้าขายสินค้าในพื้นที่ คือ สินค้าที่ผลิตโดยคนในพื้นที่ไม่มีความแตกต่างจากสินค้าในที่อื่น ๆ ไม่สามารถควบคุมปริมาณ คุณภาพของสินค้าให้คงที่ได้ ทำให้สินค้าไม่ได้รับความสนใจและขายไม่ได้ ในบางพื้นที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเฉพาะวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ โดยในวันธรรมดานั้นคนในพื้นที่จะไปประกอบอาชีพอื่น อย่างไรก็ตาม ยังไม่พบความชัดเจนเกี่ยวกับมาตรการของรัฐที่เอื้อต่อการกระจายรายได้ให้กับชุมชนโดยการท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อน

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์แนวทางในการเพิ่มศักยภาพชุมชนเพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้จากการขายสินค้าและบริการจากการท่องเที่ยว และเพื่อทราบถึงโมเดลการพัฒนาชุมชนเพื่อที่จะสามารถยกระดับตัวเองไปสู่การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยว รวมไปถึงนำเสนอรูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชุมชนศึกษาด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท และร้านอาหาร ในจังหวัดท่องเที่ยวหลักและจังหวัดรอง รวม 9 จังหวัดทุกภูมิภาคทั่วประเทศมีจุดมุ่งหมายในการพิสูจน์ว่ารูปแบบการสร้างการเชื่อมโยงสามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบสามารถประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จในบริบทของการกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำหรือไม่และอย่างไร

การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวแบ่งการกระจายรายได้ตามทฤษฎีผลทวีคูณออกเป็นประเภทที่ 1 (Type I) ผลของการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้แก่ปัจจัยการผลิตของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และประเภทที่ 2 (Type I) ผลของการใช้จ่ายของปัจจัยการผลิตที่ส่งต่อไปยังการกระจายรายได้ งานวิจัยในโครงการวิจัยย่อย 3 นี้วิเคราะห์การกระจายรายได้ตามทฤษฎีผลทวีคูณประเภทที่ 1 (Type I) สู่ปัจจัยการผลิตในท้องถิ่นเท่านั้น โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นย้ำประเด็นในพื้นที่ที่ดำเนินการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของการกระจายรายได้ของ Winters (2004) โดยรายได้จากการท่องเที่ยวจะถูกกระจายผ่านช่องทางทั้งหมด 3 ช่องทาง ได้แก่ (1) ช่องทางด้านราคา (Price Channel) (2) ช่องทางด้านการผลิต (Enterprise Channel) และ (3) ช่องทางด้านการใช้จ่ายภาครัฐ (Government Channel) จากนั้นเพื่อให้การวิเคราะห์เหมาะสมกับบริบทของประเทศโดยเฉพาะในประเทศที่กำลังพัฒนา และสามารถนำไปใช้แก้ไขปัญหาคความเหลื่อมล้ำได้อย่างตรงจุด ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้เห็นความสำคัญในการใช้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำ จึงได้พัฒนาแนวคิดการเชื่อมโยงทางรายได้ 7 เส้นทางขึ้นมา (หรือมีอีกชื่อว่า The ST-EP Second Mechanisms) โดยมารายละเอียดดังนี้

ช่องทางที่ 1 เป็นการกระจายรายได้ผ่านการจ้างงานคนในพื้นที่ (การจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว)

ช่องทางที่ 2 เป็นการให้คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism Enterprise)

ช่องทางที่ 3 เป็นการให้คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง

ช่องทางที่ 4 เป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวผ่านธุรกิจขนาดเล็ก หรือกิจการโดยชุมชนที่ดำเนินการโดยคนในพื้นที่

ช่องทางที่ 5 เป็นการกระจายรายได้จากการเก็บค่าธรรมเนียม หรือภาษี และส่งต่อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่

ช่องทางที่ 6 เป็นช่องทางการกระจายรายได้ผ่านธุรกิจในพื้นที่ (Enterprise Channel) โดยที่ธุรกิจในพื้นที่จะมีการเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่

ช่องทางที่ 7 เป็นช่องทางการกระจายรายได้ผ่านโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของรัฐในด้านการท่องเที่ยว (Tourism Infrastructure) โดยโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ช่วยส่งเสริมประโยชน์ทางด้านการท่องเที่ยวให้แก่คนในพื้นที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้มากขึ้น

เมื่อประยุกต์กรอบการเชื่อมโยงของการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้เดิมของ Warner (2004) กับการเชื่อมโยงใหม่ 7 เส้นทางทำให้ได้กรอบการศึกษาดังนี้

ช่องทางด้านราคาประกอบด้วย ช่องทางการกระจายรายได้ใหม่ 2 ช่องทาง ดังนี้

ช่องทางที่ 3 คนในพื้นที่เป็นผู้ขายสินค้าโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 4 คนในพื้นที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหรือกิจการโดยชุมชน

ช่องทางด้านการผลิตประกอบด้วย ช่องทางการกระจายรายได้ใหม่ 3 ช่องทาง ดังนี้

ช่องทางที่ 1 ธุรกิจท่องเที่ยวจ้างงานคนในพื้นที่

ช่องทางที่ 2 คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้กับกิจการท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 6 กิจการท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่

ช่องทางด้านการใช้จ่ายของภาครัฐ ช่องทางการกระจายรายได้ใหม่ 2 ช่องทาง ดังนี้

ช่องทางที่ 5 รายได้ที่เกิดจากการเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว

ช่องทางที่ 7 โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

5.1 สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้ได้รวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อพิสูจน์ความเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวกับการกระจายรายได้สู่ชุมชนใน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งกิจการ โรงแรม ร้านอาหาร และร้านค้า สำหรับพื้นที่ศึกษาในประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกใน 9 จังหวัด ได้แก่ สมุทรปราการ(บางกะเจ้า) ชลบุรี(พัทยา) เลย หนองคาย ศรีสะเกษ เชียงใหม่ เชียงราย ชุมพร และภูเก็ตโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม 14 แห่ง และร้านอาหาร 6 แห่งศูนย์รวมการค้า 3 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวชุมชน 2 แห่ง ตามกรอบการศึกษา 3 ช่องทางหลัก ประกอบด้วย ช่องทางด้านราคา ช่องทางด้านการผลิต และช่องทางด้านการใช้จ่ายของภาครัฐ ผลการศึกษาปรากฏดังนี้

5.1.1 ช่องทางด้านราคา (Prince Channel)

ช่องทางที่ 3 ประเด็นคนในพื้นที่เป็นผู้ขายสินค้า พบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่ไม่ได้ขายสินค้าที่ผลิตในพื้นที่ โดยตรงนำมาจากแหล่งผลิตในพื้นที่อื่น ๆ บางกรณี อาจทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจว่าสินค้านั้น ๆ เป็นสินค้านั้น ๆ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นภายในพื้นที่นั้น ๆ ในขณะที่สินค้าบางประเภทที่ผลิตโดยชุมชนแต่ไม่ได้ความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควรเป็นด้วยปัญหาด้านคุณภาพสินค้า และปัญหาด้านความคล้ายคลึงกันกับสินค้าของพื้นที่อื่น ทำให้สินค้าในพื้นที่ท่องเที่ยวไม่มีความโดดเด่น

ช่องทางที่ 4 คนในพื้นที่เป็นเจ้าของธุรกิจขนาดเล็กหรือกิจการโดยชุมชนซึ่งพบว่า ทั้งกิจการโรงแรม โฮมสเตย์ รีสอร์ท รวมไปถึงร้านอาหาร เป็นกิจการที่คนในพื้นที่เข้าไปมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของ เป็นผู้ถือหุ้นเกือบทุกแห่งแต่ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าเป็นกิจการของคนจนหรือไม่รูปแบบธุรกิจที่ชุมชนร่วมเป็นเจ้าของ หรือชุมชนมีส่วนร่วมมากจะอยู่ในรูปของตลาด เช่น ถนนคนเดิน ตลาดบางน้ำผึ้ง เป็นต้น และชุมชนบ้านละทาย ซึ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรปลอดภัย

5.1.2 ช่องทางด้านการผลิต (Enterprise Channel)

ช่องทางที่ 1 ธุรกิจท่องเที่ยวจ้างงานคนในพื้นที่ โดยการศึกษาขั้นตอนนี้พบว่า กิจการอาจจะจ้างงานที่จ้างพนักงานที่มีวุฒิปริญญาตรีเพื่อทำงานต้องใช้ทักษะเช่นงานบริหาร งานบัญชี งานฟรอนท์ (ฝ่ายต้อนรับ) สำหรับงานอื่น ๆ กิจการจะจ้างพนักงาน ปวช.-ปวส. หรือ มัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีที่ 6 แตกต่างกันไป และส่วนใหญ่จ้างคนในพื้นที่ เนื่องจากความสะดวกและลักษณะงานไม่ขึ้นอยู่กับทักษะขั้นสูงในการบริการ นอกจากนี้ได้มีการจ้างแรงงานต่างด้าวเพื่อทำงานแทนคนไทยที่ขาดแคลน โดยระบุได้ว่า แรงงานพม่าทำงานครัว งานเสิร์ฟ แรงงานลาวทำงานแม่บ้าน แรงงานกัมพูชาทำงานสวน ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่กล่าวอย่างชัดเจนว่าเป็นงานที่แรงงานไทยไม่ทำ

อัตราค่าจ้างแรงงานในธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ ร้านค้าร้านอาหารทั้งหมด ขึ้นอยู่กับประเภทของงานที่ได้รับมอบหมาย โดยจะระบุไว้ในสัญญาจ้าง แม้ว่าลูกจ้างหรือพนักงานสำเร็จการศึกษาสูงกว่าที่กิจการได้กำหนดไว้ก็ตาม แต่อัตราดังกล่าวเป็นไปตามข้อตกลงระหว่างผู้ประกอบการและลูกจ้าง นอกจากนี้ความสามารถด้านการใช้ภาษาต่างประเทศโดยเฉพาะภาษาอังกฤษ และภาษาจีนไม่มีผลต่อการได้รับค่าตอบแทนเพิ่ม ผู้ประกอบการประกาศรับสมัครพนักงานโดยระบุคุณสมบัติครอบคลุมความสามารถดังกล่าวแล้ว แต่นายจ้างจะพิจารณาค่าตอบแทนเป็นพิเศษหากลูกจ้างสามารถสื่อสารภาษาอื่น ๆ ได้เพิ่มเติม เช่น ภาษารัสเซีย ภาษาเกาหลี เป็นต้น

ช่องทางที่ 2 คนในพื้นที่ขายสินค้าและบริการให้กับกิจการท่องเที่ยว (Tourism Enterprise) ซึ่งจากการศึกษาพบว่า จากผู้ผลิตในพื้นที่โดยเฉพาะจากไร่-สวนรอบบริเวณโรงแรม ฯ โดยตรง สำหรับสินค้าอื่น ๆ กิจการจะเลือกซื้อจากตลาดสดในพื้นที่ สำหรับร้านอาหารบางแห่งเลือกซื้อของสด ประเภทเนื้อสัตว์จากบริษัทผู้ผลิตเนื่องจากสดใหม่กว่า อย่างไรก็ตาม สินค้าสิ้นเปลือง อาทิ น้ำยาซักฟอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม สบู่ แชมพู กิจการท่องเที่ยวจะซื้อจากห้างสรรพสินค้า หรือห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ เพราะประหยัดราคาถูก และสะดวกมากกว่าการใช้สินค้า OTOP หรือการจ้างผลิตใช้เอง สำหรับกิจการโรงแรมขนาดใหญ่ได้ว่าจ้างให้บริษัทภายนอกจัดหาวัตถุดิบต่าง ๆ เมื่อป้อนให้กับโรงแรมตามความต้องการของโรงแรม

ช่องทางที่ 6 กิจการท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่ ผลการศึกษาพบว่า กิจการท่องเที่ยวที่มีการจ้างพนักงานเอื้อประโยชน์ให้พนักงานสามารถลางานสลับเปลี่ยนกันเพื่อไปทำธุระอื่นได้เช่น การไปดำเนินาเกี่ยวข้าว เป็นต้น ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้พนักงานมีรายได้เพิ่ม นอกจากนี้ บางกิจการมีนโยบายให้ความช่วยเหลือพนักงาน อาทิ การสนับสนุนทุนการศึกษาแก่บุตรของพนักงาน นอกจากนี้ยังพบว่าการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมช่วยเปิดโอกาสให้เกิดกิจการรอบข้างโรงแรม ฯ อาทิ ร้านอาหาร ร้านค้า รวมไปถึงร้านนวดแผนโบราณ สปาเพิ่มมากขึ้น รวมไปถึงบริการอื่น ๆ ในชุมชนแวดล้อม เช่น การเรียกรถรับจ้างเพื่อการขนส่งจากโรงแรมไปยังสถานีขนส่ง-สนามบิน เป็นต้น

นอกจากประโยชน์ที่กล่าวมาแล้ว ชาวบ้านยังสามารถนำสินค้ามาขายให้กับกิจการโรงแรม ฯ – ร้านอาหารได้โดยตรง ทำให้ชาวบ้านซึ่งเป็นคนในพื้นที่มีรายได้เพิ่มขึ้นโดยเป็นเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนในลักษณะการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างชุมชนกับกิจการ

5.1.3 ช่องทางด้านการใช้จ่ายของภาครัฐ (Government Channel)

ช่องทางที่ 5 รายได้ที่เกิดจากการเก็บภาษีและค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว โดยจากการศึกษาพบว่า รัฐบาลไม่มีนโยบายหรือมาตรการใด ๆ ที่เป็นรูปธรรมที่เป็นการส่งเสริมการสร้างศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวแม้ว่าในบางพื้นที่ได้ประกาศเป็นเศรษฐกิจพิเศษก็ตาม แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น คนในพื้นที่ที่เป็นพนักงานยังได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวผ่านช่องทางนี้โดยอยู่ในรูปของประกันสังคม

ช่องทางที่ 7 โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism Infrastructure) ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า การพัฒนาเส้นทางคมนาคมมีผลต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ เพราะสามารถทำให้การเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น ในขณะที่สาธารณูปโภคอื่น ๆ ของแต่ละจังหวัดมีการพัฒนาในระดับที่แตกต่างกันไปตามแต่ละพื้นที่ ซึ่งบางพื้นที่สามารถระบุปัญหาได้อย่างชัดเจนว่าเกิดปัญหาการบูรณาการด้านการพัฒนา ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทำให้การพัฒนาไม่ต่อเนื่องและไม่เกิดประโยชน์ต่อชุมชน และการท่องเที่ยวในพื้นที่

ข้อสังเกตเพิ่มเติมที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า กิจการไม่ได้รับทราบนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวใด ๆ จากภาครัฐ ประกอบกับระบบการจัดเก็บภาษีที่ซับซ้อนและยังคงไม่มีความชัดเจน นอกจากนี้จำนวนนักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มลดน้อยลง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องรับความเสี่ยงต่อการขาดทุน

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและรูปแบบการพัฒนา

จากผลการสำรวจเชิงพื้นที่ได้นำเสนอทั้ง 7 เส้นทางของความเชื่อมโยงการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้ พบว่า ผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในเชิงการกระจายรายได้มีผลที่มีน้ำหนักที่แตกต่างกันของแต่ละเส้น และมีความแตกต่างกันตามลักษณะของกิจการที่เกี่ยวข้องรวมทั้งรูปแบบการบริหารจัดการของกิจการ อย่างไรก็ตาม นักวิจัยได้ประมวลผลการสำรวจที่เสนอข้างต้น และมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและรูปแบบการพัฒนาจากผลการสำรวจเชิงพื้นที่และรูปแบบการดำเนินงานที่ได้มีการทบทวนในส่วนแรกของงานวิจัย ดังนี้

5.2.1 กิจการด้านการท่องเที่ยวที่เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ลักษณะเต็มรูปแบบที่มีผลโดยตรงต่อการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่มีจำนวนน้อยมากในปัจจุบัน กิจการส่วนใหญ่ยังคงถือครองโดยกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเอกชนในพื้นที่ หรือเอกชนจากนอกพื้นที่ที่มองเห็นศักยภาพชุมชน การแสวงหากำไรโดยการลดต้นทุนการผลิตโดยใช้สินค้าที่ราคาถูก มีคุณภาพดี และได้มาตรฐาน ทำให้คนในชุมชนได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวไม่เต็มที่เนื่องจากต้นทุนการผลิตของชุมชนสูงกว่าสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ภาครัฐจึงควรตระหนักถึงข้อเท็จจริงด้านนี้ และควรส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการให้ความรู้แก่ชุมชนในการจัดตั้ง CBT อย่างเต็มรูปแบบทั้งในด้านการให้ความรู้ในเรื่องข้อดี ข้อเสีย know-how และการวิเคราะห์ศักยภาพและความเสี่ยงของชุมชน

5.2.2 จากผลกระทบของช่องทางทางด้านราคา ที่มีผลกระทบผ่าน**ช่องทางที่ 3** จากการขายสินค้าและบริการและบริการจากคนยากจนหรือคนในพื้นที่โดยตรง และ**ช่องทางที่ 4** จากวิสาหกิจชุมชนที่มีคนในพื้นที่เป็นเจ้าของ พบว่า ช่องทางนี้มีประสิทธิภาพจากการขายสินค้าและบริการในประเภทที่เป็นพื้นฐานและไม่อาศัยความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์มากนัก เช่น สินค้าเกษตร (ผักผลไม้ เนื้อสัตว์) และบริการที่เป็นพื้นฐาน (ขนส่งในพื้นที่ นวดสปา ไกด์) แต่ยังคงมีปัญหาในการขายสินค้าและบริการที่มีความซับซ้อน เช่น สินค้า OTOP ที่ต้องอาศัยความซับซ้อนในการผลิตให้ได้มาตรฐานและต้องการอุปทานที่เพียงพอและสม่ำเสมอ จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

- (1) **ควรมีการจัดการความรู้ชุมชนอย่างจริงจัง มีการจัดการนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตที่เกิดความแตกต่างของสินค้าจากพื้นที่ท่องเที่ยวของตนเองจากพื้นที่อื่น รวมถึงควรจัดทำกลไกการพัฒนา และบูรณาการร่วมกับพัฒนาชุมชนจังหวัด และวัฒนธรรมจังหวัดอย่างเป็นรูปธรรม**
- (2) **ควรมีการสนับสนุนและศึกษาวิจัยเพื่อการผลิตของในพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ มีราคาที่แข่งขันได้กับสินค้าที่คล้ายคลึงกันจากพื้นที่อื่น มีการนำนวัตกรรมการเพิ่มมูลค่าและการตลาดเข้ามาช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างจริงจัง ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมและส่งเสริมเชิง**

วิชาการแก่หน่วยงานวิชาการในพื้นที่ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

- (3) **มีมาตรการในการกีดกันผลิตภัณฑ์ที่จะแข่งขันกับผลิตภัณฑ์จากนอกพื้นที่ที่มีแนวโน้มจะมี** ราคาลดต่ำลงจากการนำเข้าจากพื้นที่อื่นหรือประเทศอื่น เช่น จากจีนและเวียดนาม **มีการ** จัดตลาดหรือถนนคนเดินเพื่อการท่องเที่ยวที่เน้น **theme** การขายผลิตภัณฑ์จากคนในพื้นที่เท่านั้นโดยมีการตลาดที่ชัดเจนเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อสินค้าที่จะให้ประโยชน์จากคนในพื้นที่โดยตรง
- (4) **รัฐควรให้ความรู้เรื่องอาหารปลอดภัยกับเกษตรกรและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีการ** จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว มีการสนับสนุนช่องทางการขอใบอนุญาตหรือมาตรฐาน (เช่น อย.) ให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการซื้อผลิตภัณฑ์จากคนในพื้นที่ โดยทำงานร่วมกับ สาธารณสุขจังหวัด ทั้งนี้ เพื่อยกระดับรายได้ของผู้ผลิตรายย่อยโดยตรง
- (5) ในกรณีที่สินค้าจากพื้นที่มีการจัดการแบบ contracting จากร้านค้าหรือผู้ประกอบการราย ใหญ่ เช่น หมูยอ แหนมเนือง **รัฐควรสนับสนุนส่งเสริมช่องทางการให้ความรู้แก่ contractor รายย่อยในเรื่องมาตรฐานความสะอาดและปลอดภัยในข้อ (3) โดยทำงาน** ร่วมกับสาธารณสุขจังหวัดเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าใน value chain
- (6) จากภาพรวมของการสำรวจ พบว่า ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดกลางมีแนวโน้มที่จะ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวผ่านช่องทางทางด้านราคามากกว่า ผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีแนวโน้มจะเป็นการร่วมทุนจากคนนอกพื้นที่และไม่คุ้นเคยกับ ระบบการผลิตในพื้นที่ **รัฐควรเร่งดำเนินการส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการ** **ท่องเที่ยวโดยการจัดการโดยชุมชนแบบเต็มรูปแบบ และการให้ความรู้ว่าการท่องเที่ยวที่** **จัดการโดยชุมชนจะส่งผลกระทบด้านการกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างไร โดยขอความร่วมมือ** จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและนักวิชาการเพื่อจัดอบรมส่งเสริมให้ความรู้

5.2.3 ข้อมูลจากผลกระทบของการท่องเที่ยวผ่านช่องทางทางการผลิต ผ่าน**ช่องทางที่ 1** การจ้าง คนยากจนหรือคนในพื้นที่ **ช่องทางที่ 2** การจัดหาสินค้าและบริการให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยวโดยคนในพื้นที่ หรือ คนยากจน **และช่องทางที่ 6** การเอื้อประโยชน์ให้แก่คนในพื้นที่ของกิจการเพื่อการท่องเที่ยว พบประเด็น ปัญหาที่มีความซับซ้อนในด้านอุปทาน โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

- (1) ธุรกิจท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อการจ้างงานคนในพื้นที่โดยตรงอย่างเต็มที่ เป็นธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง รัฐควรมีแนวทางในการสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กและขนาดกลาง เช่น มาตรการการลดหย่อนภาษีเงินได้และภาษีท้องถิ่นให้กับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง หรือมาตรการการลดหย่อนภาษีที่ผูกกับสัดส่วนการจ้างงานคนในพื้นที่
- (2) มาตรการการลดหย่อนภาษีที่ผูกกับสัดส่วนการจ้างงานคนในพื้นที่จะช่วยลดแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการจ้างแรงงานข้ามชาติเพื่อทดแทนแรงงานคนไทยในพื้นที่ด้วย
- (3) ส่งเสริมการรับรองมาตรฐานอาชีพกับคนในชุมชนที่ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว โดยทำงานร่วมกับสถานศึกษาท้องถิ่น เช่น โรงเรียนอาชีวศึกษา และมหาวิทยาลัยราชภัฏ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของชุมชนและจูงใจให้คนในชุมชนทำงานในพื้นที่และเพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจในทักษะแรงงานของคนในพื้นที่
- (4) ธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กและขนาดกลางมีรายได้ และศักยภาพน้อยกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้มีการจ้างงานเพื่อลดต้นทุนการผลิต เช่น จ้างพนักงานวุฒิต่ำกว่าตำแหน่งงาน และจ้างพนักงานทำงานหลายหน้าที่ ทำให้ศักยภาพในการบริการมีคุณภาพที่ไม่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้การยกระดับการท่องเที่ยวไทยเป็นไปอย่างเชื่องช้า โดยเฉพาะในการท่องเที่ยวเมืองรอง รัฐต้องให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการถึงปัญหาเชิงนโยบาย และทิศทางการยกระดับการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพ (ไม่ใช่การแข่งขันทางด้านราคา) เพื่อกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันและการพัฒนาคุณภาพของการบริการ ทั้งนี้ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติให้มากขึ้น
- (5) ควรมีการจัดการอบรมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการยกระดับสินค้าและบริการที่เน้นคุณภาพที่เป็นมาตรฐาน โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดทำงานร่วมกับสภาอุตสาหกรรมจังหวัด หอการค้าจังหวัด พาณิชย์จังหวัด สาธารณสุขจังหวัด และหน่วยงานการศึกษาในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น
- (6) ควรมีการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เน้นรูปแบบการยกระดับคุณภาพการบริการที่ไม่เน้นการแข่งขันด้านราคา เน้นการท่องเที่ยวในรูปแบบ monopolistic competition (การผูกขาดที่ขึ้นอยู่กับอัตลักษณ์ของสินค้าและบริการ) จะทำให้เม็ดเงินไหลเข้ามาในระบบการท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้คนในพื้นที่ที่มีแรงจูงใจที่จะทำงานในพื้นที่มากขึ้น เกิดการกระจายรายได้ไปสู่คนในพื้นที่และคนยากจนเพิ่มมากขึ้น

(7) ทางด้านการกระจายรายได้ของการท่องเที่ยวผ่านช่องทางการจัดหาสินค้าและบริการให้ธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า ยังมีปัญหาอุปทานที่เกี่ยวกับมาตรฐานสินค้าเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสินค้าที่มีการเน่าเสีย เช่น เนื้อสัตว์ ผัก ผลไม้ และสินค้า OTOP ทั้งนี้ผู้ประกอบการให้ความเห็นตรงกันว่าต้องการที่จะซื้อสินค้าจากคนในพื้นที่หาก**สินค้ามีมาตรฐานและความเพียงพอและต่อเนื่องของอุปทาน** จึงขอเสนอรูปแบบการจัดการ ดังนี้

1) **รูปแบบการจัดการแบบตลาดสินค้าโดยอุปสงค์จากผู้ประกอบการ**มีการจัดทำ platform ความต้องการสินค้าและมาตรฐานสินค้าจากผู้ประกอบการต่างๆ มีการลงทะเบียนผู้ผลิต และมีการจัดการข้อมูลด้วยระบบข้อมูลที่สามารถติดตามอุปสงค์และอุปทาน เช่น ผู้ประกอบการแจ้งความประสงค์ปริมาณเนื้อหมูที่ต้องการซื้อ ผู้ผลิตลงทะเบียนและติดตามเสนอขายแก่ผู้ประกอบการตามโควต้าผู้ประกอบการที่ต้องการ

- มีการทำงานร่วมกับพาณิชย์จังหวัด สถิติจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัดและสภาหอการค้าจังหวัด

- จัดการด้านข้อมูล และจัดทำระบบ platform ความต้องการสินค้าและมาตรฐานสินค้าจากผู้ประกอบการต่างๆ มีการลงทะเบียนผู้ผลิต และมีการจัดการข้อมูลด้วยระบบข้อมูลที่สามารถติดตามอุปสงค์และอุปทานจากข้อมูลที่เป็นระบบ มีการพัฒนา software ร่วมกับหน่วยงานการศึกษาระดับประเทศหรือระดับท้องถิ่น

- จัดการ update ข้อมูล real time ของอุปสงค์กับอุปทานเพื่อลดต้นทุนการจัดซื้อและส่งเสริมการขายสินค้าจากคนในพื้นที่ โดยพาณิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชน และสภาหอการค้าจังหวัด

2) **รูปแบบการจัดการแบบตลาดสินค้าจากอุปทานของผู้ผลิต** องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดทำพื้นที่ตลาดให้กับผู้ผลิตเพื่อขายให้กับสถานประกอบการโดยตรง โดยผู้ประกอบการสามารถเลือกซื้อสินค้าตามมาตรฐาน (ตามความต้องการที่ต่างกันของแต่ละผู้ประกอบการ) จากสินค้าโดยผู้ผลิตจะได้รับเงินจากการขายผ่าน barcode จากสินค้าที่ถูกเลือก เช่น ผู้ผลิตให้ดวงขายเห็ดในตลาด**ผู้ประกอบการ** ผู้ประกอบการคัดเลือกเห็ด

ตามมาตรฐานและราคาที่พอใจ และทำการชำระเงินผ่าน barcode โดยไม่ผ่านการเจรจากับผู้ผลิตโดยตรงแต่ทำการคัดเลือกสินค้าและราคาที่พอใจ

- จัดพื้นที่ตลาดสินค้าชุมชน ให้มาตรฐาน มีการจัดทำ barcode แก่สินค้าที่มีมาตรฐานต่างกัน

- ส่งเสริมการแข่งขันทางด้านคุณภาพที่ใช้ราคาเป็นตัวขับเคลื่อน เช่น สินค้าปลอดสารพิษมีราคาสูงกว่าสินค้าที่ปนเปื้อน

- ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้และความเท่าเทียมของผู้ผลิต เนื่องจากผู้ซื้อซื้อสินค้าจากการวางขายสินค้าที่เป็นประเภทเดียวกันแต่ต่างคุณภาพ

ทั้งนี้ ทั้งสองรูปแบบจะลดช่องว่างของความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลและเพิ่มการเข้าถึงสินค้าชุมชนได้มากขึ้น รวมทั้งกระตุ้นให้ผู้ผลิตเกิดการแข่งขันที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพสินค้าชุมชนด้วย

(8) สำหรับสินค้าไม่เน่าเสียเช่นผลิตภัณฑ์อุปโภคเพื่อการท่องเที่ยวเสนอให้

- จัดให้มีการจัดแบ่งรูปแบบสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์จากสินค้าในชุมชน เช่น สบู่สมุนไพร น้ำมันนวดหอม

- จัดให้มีการให้ credit จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแก่โรงแรมและร้านอาหารที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนที่เป็นสัดส่วนมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

- จัดการประชาสัมพันธ์มาตรฐานนี้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวใช้บริการสถานประกอบการที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน

(9) เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในมาตรฐานสินค้าและเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้กับผู้ผลิตในพื้นที่

- ส่งเสริมให้มีพื้นที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์จากชุมชนในทุกโรงแรมขนาดกลางและขนาดใหญ่ และให้มีร้านค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนในทุกอำเภอเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าจากชุมชน

- มีการกำกับราคาสินค้าเดียวกันให้เท่ากัน (คล้ายกับในประเทศญี่ปุ่น)

- มีระบบการลงทะเบียนผู้ประกอบการ

- มีการจัดทำระบบข้อมูลการลงทะเบียนสินค้า มาตรฐานสินค้า และวันหมดอายุที่สามารถติดตามสินค้าได้

ทั้งนี้ การกำหนดมาตรฐานและพื้นที่จำหน่ายสินค้าควรมีการการตกลงร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการ พาณิชย์จังหวัด สภาหอการค้าจังหวัด และสภาอุตสาหกรรมจังหวัด

(10)ในด้านผลของกิจการการท่องเที่ยวที่เอื้อประโยชน์ให้กับคนในพื้นที่ พบว่า กิจการเพื่อการท่องเที่ยวเอื้อประโยชน์ทางด้านการจ้างงานให้กับลูกจ้างและครอบครัวผ่านรูปแบบการบริหารจัดการและสวัสดิการที่ให้กับลูกจ้าง เช่น เวลาการทำงานที่ยืดหยุ่น การมีช่วงเวลาในการไปทำงานเสริม (เช่น เกียวข้าว) การสทบทุนประกันสังคม และการสนับสนุนค่าเล่าเรียนบุตร ข้อเสนอเพื่อการส่งเสริมจุดแข็งนี้คือ

- จัดให้มีการจัดการความรู้เพื่อยกระดับสวัสดิการของคณาทำงานด้านการท่องเที่ยว เช่น ได้รับสิทธิในการซื้อสินค้าท่องเที่ยวชุมชนในราคาพิเศษ

- จัดให้มีการจัดการอบรมทักษะการบริการด้านการท่องเที่ยวให้แก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกกระดับ เช่น สนับสนุนและจัดให้มีการอบรมทางด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีนแก่พนักงานโรงแรมและร้านอาหารทุกระดับ

ทั้งนี้ เพื่อเป็นการยกระดับการบริการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเพื่อเกิดแรงจูงใจแก่คนในชุมชนในการเข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

5.2.4 ทางด้านผลกระทบของกิจการด้านการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้ผ่านช่องทางการใช้จ่ายภาครัฐ โดย**ช่องทางที่5** ผ่านการจัดสรรรายได้ภาษีอากรหรือเงินที่เรียกเก็บจากภาษีท่องเที่ยวกลับไปสู่คนในพื้นที่ และ**ช่องทางที่ 7** ผ่านประโยชน์จากภาษีที่รัฐพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวม ผลจากการจัดสรรรายได้ที่ตกเป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนไม่ใช่ประโยชน์จากการจัดสรรรายได้สู่ภาคการท่องเที่ยวโดยตรง รวมทั้งการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมขนส่งที่เกิดขึ้นไม่ได้เกิดจากความตั้งใจที่จะพัฒนาภาคการท่องเที่ยวโดยตรง โดยประโยชน์จากการพัฒนาเส้นทางการคมนาคมโดยมากจะเกิดจากการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษที่มีภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคที่ได้รับประโยชน์ทางอ้อม จึงมีข้อเสนอแนะการพัฒนาการกระจายรายได้ผ่านสองช่องทางนี้ ดังนี้

(1) ภาครัฐควรมีการบูรณาการทางด้านนโยบายและแผนระหว่างกระทรวงคมนาคม หน่วยงานด้านนโยบายการพัฒนา (กรมพัฒนาชุมชน ผู้ว่าราชการจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) ในการพัฒนาเส้นทางขนส่งและคมนาคมของประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องจากภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเป็นภาคที่มีการเติบโตสูงมากและมีศักยภาพที่จะเติบโตได้อีกมากในอนาคต การคำนึงถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญทั้งในด้านการสร้างอุปสงค์การท่องเที่ยวจากการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และทางด้านการพัฒนาและการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ประชาชนที่เกี่ยวข้อง

(2) การใช้จ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับคุณภาพของการบริการที่ไม่ใช่การแข่งขันทางราคา การใช้จ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวจึงควรเป็นไปในทิศทางของการ

- เพิ่มคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยกรมการท่องเที่ยววางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นผู้ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว และทำงานร่วมกับสภาหอการค้าจังหวัด

- ปรับปรุงภูมิทัศน์และความสะดวกสบายในการเข้าถึงและใช้ประโยชน์ โดยการทำงานร่วมกันระหว่างกรมทางหลวง พัฒนาชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- เพิ่มงบประมาณการใช้จ่ายเพื่อการพัฒนาและยกระดับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านภาษาและความสามารถในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยว ที่จะส่งผลโดยตรงต่อการกระจายรายได้ที่ครอบคลุมและทั่วถึง โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา องค์กรบริหารส่วนจังหวัด และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

(3) การใช้จ่ายภาครัฐด้านการท่องเที่ยวในการพัฒนาเพื่อการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่ประชากรไทยอย่างมีประสิทธิภาพควรคำนึงถึง

- จุดแข็งและทิศทางขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย
- ผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวต่อการกระจายรายได้ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวแต่ละ sector
- การจัดการข้อมูลและมีการติดตามประเมินผลกระทบอย่างสม่ำเสมอเพื่อชี้เป้า sector ของการท่องเที่ยว

ควรจัดให้มีการศึกษาวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นข้างต้นในระดับมหภาคและระดับจุลภาคโดยนักวิชาการเป็นระยะ โดยจัดสรรงบประมาณของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและองค์การบริหารส่วน

ท้องถิ่นเพื่อติดตามและประเมินสถานการณ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อการกระจายรายได้และลดความ
ยากจนอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- Angove, S. (2012). *Social Enterprise in Cornwall*. Retrieved January 28, 2018, from www.cornwallrcc.co.uk/downloads/crcc_social_enterprise_in_cornwall.pdf
- ASEAN Secretariat. (2016). *ASEAN Community Based Tourism Standard*. Retrieved from <http://www.asean.org/wp-content/uploads/2012/05/ASEAN-Community-Based-Tourism-Standard.pdf>
- Ashley, C., Boyd, C., & Goodwin, H. (2000). *Pro-poor Tourism: Putting Poverty at the Heart of the Tourism Agenda*. London: Overseas Development Institute. Retrieved from <https://www.odi.org/resources/docs/2861.pdf>
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., & Paddon, M. (2010). *Effective Community Based Tourism: A Best Practice Manual*. Retrieved from https://www.apec.org/-/media/APEC/Publications/2010/6/Effective-Community-Based-Tourism-A-Best-Practice-Manual-June-2010/210_twg_CommunityBasedTourismWEB.pdf
- Bidet, E., & Roger, S. (2003, October). *The Role of Social Enterprise in European Labour Markets*. EMES Network Working Paper No. 03/10. Retrieved January 26, 2018, from <https://ssrn.com/abstract=1352411>
- Brandon, K. (1996). *Ecotourism and Conservation: A Review of Key Issues*. Washington, DC: World Bank.
- Department of Trade and Industry. (2002). *Social Enterprise: A Strategy for Success*. Retrieved January 28, 2018, from FAF: <http://www.faf-gmbh.de/www/media/socialenterpriseastrategyforsuccess.pdf>
- Essam Yassin Mohammed. (2011). Pro-poor benefit distribution in REDD+. *REDD WORKING PAPERS*, 8-9.
- Lee, M. (2012). *The Value Creation of Social Enterprise in Tourism Industry*. Imatra: Saimaa University of Applied Sciences.

- Mahadevan, R., Amir, H., & Nugroho, A. (2016). Regional impacts of tourism-led growth on poverty and income inequality: A dynamic general equilibrium analysis for Indonesia. *Tourism Economics*, 23(3), 614-631. Retrieved March 27, 2018, from <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.5367/te.2015.0534#articleCitationDownloadContainer>
- Mathieson, A., & Wall, G. (1983). Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts. *Journal of Travel Research*, 22(1).
doi:<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0047287583022001131>
- OECD. (2013). *The Social Enterprise Sector: A Conceptual Framework*. Retrieved January 25, 2018, from <http://www.oecd.org/employment/leed/37753595.pdf>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage creating and sustaining*. New York: The Free Press.
- Pretty, J. N., Guijt, I., Scoones, I., & Thompson, J. (1995). *A Trainer's Guide for Participatory Learning and Action*. London: IIED .
- Rebutin, J. A. (2009, September 21). *Social Enterprise and Tourism, the Key to a Better Integration of Indigenous Populations*. Retrieved January 28, 2018, from <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00418823/>
- Shembekar, P., & Joshi, M. (2016, April). A study on growth and future scope of Agri-tourism projects in Nagpur District. *GE-International Journal of Management Research*, 4(4), 78-82.
- Smith, W., & Darko, E. (2014). *Social Enterprise: Constraints and Opportunities – Evidence From Vietnam and Kenya*. Retrieved January 27, 2018, from <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/8877.pdf>
- The Mountain Institute. (2000). *Community-Based Tourism for Conservation and Development : A Resource Kit*. Retrieved from

http://www.servicevolontaire.org/livres/developpement/projet_community_dev_manual.pdf

Thomas Piketty. (October 2003). Income Inequality in France, 1901-1998. *Journal of Political Economy*, 1004-1042.

United Nations Global Compact & The Rockefeller Foundation. (2012, June). *A Framework for Action: Social Enterprise and Impact Investing*. Retrieved January 26, 2018, from http://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/development/Framework_Social_Enterprise_Impact_Investing.pdf

World Tourism Organization (UNWTO). (2017). *Why tourism? Tourism – an economic and social phenomenon*. Retrieved March 25, 2018, from Specialized agency of the United Nations, World Tourism Organization: <http://www2.unwto.org/content/why-tourism>

Zoto, S., Qirici, E., & Polena, E. (2013, MAY). Agrotourism - A Sustainable Development for Rural Area of Korca. *EUROPEAN Academic Rerearch*, 1(2), 209-223.

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (กรกฎาคม 2557). *ไทยกับการมีส่วนร่วมในห่วงโซ่มูลค่าโลก*. เรียกใช้เมื่อ 23 มีนาคม 2561 จาก www.thaifita.com/ThaiFTA/Portals/0/GlobalValueChain.pdf

พิริยะ ผลพิรุฬห์, และ ศิวัช เทียมทัต. (2559). *การค้าภาคบริการและการท่องเที่ยวเพื่อลดความยากจน*. กรุงเทพฯ: บริษัท ทรีบีการพิมพ์และตราายาง จำกัด.